การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

The Development of a Video Content Series Using Storytelling Techniques to Promote KMUTT BOOK STORE on the TikTok Platform

พรปภัสสร ปริญชาญกล*, กุลธิดา ธรรมวิภัชน์*, พงษ์พัชรินทร์ พุธวัฒนะ*, คริษศา พรหมมา**, ชลิดาวรรณ วงษ์น้อย**, และ ธีรดา เอี่ยมสำอางค์**,
Pornpapatsorn Princhankol*, Kuntida Thamwipat*, Pongpatcharin Putwattana*, Karissa Promma**, Chalidawan Wongnoy**, and Theerada Aiamsamarng**
Corresponding Author Email: pornpapatsorn.pri@kmutt.ac.th

วันที่รับบทความ 14 มกราคม 2568
วันที่แก้ไขบทความ 29 มีนาคม 2568
วันที่ตอบรับบทความ 8 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (2) ประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น (3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ (4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) ชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก (2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา และด้านสื่อการนำเสนอ (3) แบบประเมินผลการรับรู้ของ

* คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
* Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi
** นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
** Students, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

กลุ่มตัวอย่าง และ (4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก KMUTT BOOK STORE ดำเนินการโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ติดตามบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก KMUTT BOOK STORE ที่เคยชมชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น และยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน ซึ่งผลการออกแบบและพัฒนาได้วิดีโอคอนเทนต์จำนวน 4 เรื่อง หลังจากนั้นจึงนำสื่อที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ ผลประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.80, S.D. = 0.41) ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = 0.55) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.81, S.D. = 0.48) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.83, S.D. = 0.42) ดังนั้น ชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: วิดีโอคอนเทนต์, เทคนิคการเล่าเรื่อง, แพลตฟอร์มติ๊กต็อก, KMUTT BOOK STORE

Abstract

This research aimed to 1) develop a series of video content using storytelling techniques to promote KMUTT BOOK STORE on the TikTok platform, 2) evaluate the quality of the developed video content, 3) assess the perception of the sample group, and 4) evaluate the satisfaction of the sample group with the video content using storytelling techniques to promote KMUTT BOOK STORE on TikTok. The research tools included 1) a series of video content using storytelling techniques to promote KMUTT BOOK STORE on the TikTok platform, 2) a quality assessment form focusing on content and presentation aspects, 3) a perception evaluation form for the sample group, and 4) a satisfaction evaluation form for the sample group. The sample group in this study consisted of 50 followers of the KMUTT BOOK STORE TikTok platform. Participants were selected through accidental sampling from followers who had viewed the developed video content series and were willing to complete the questionnaire. The design and development process resulted in a total of four video content pieces. The developed media were subsequently evaluated by experts for quality assessment. The evaluation results indicated that the content quality was rated at a very good level ($\overline{X}$ = 4.80, S.D. = 0.41). The quality of media presentation was rated at a good level ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = 0.55). The perception of the sample group was assessed at the highest ($\overline{X}$ = 4.81, S.D. = 0.48), while the satisfaction of the sample group was also rated at the highest ($\overline{X}$ = 4.83, S.D. = 0.42). Therefore, the developed video content series could be practically applied.

Keywords: Video Content, Storytelling Techniques, TikTok Platform, KMUTT BOOK STORE

บทนำ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา ติ๊กต็อก (TikTok) ได้ก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่ประสบความสำเร็จระดับโลก รวมถึงในประเทศไทย โดยไม่ได้เป็นเพียงช่องทางสำหรับความบันเทิง แต่ยังเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์ แบ่งปันแรงบันดาลใจ และสร้างปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบในหลากหลายด้าน ทั้งในเชิงสังคม การศึกษา และการตลาด หนึ่งในความโดดเด่นของติ๊กต็อก คือความสามารถในการเปิดโอกาสให้ “คนธรรมดา” กลายเป็นครีเอเตอร์มืออาชีพได้อย่างไม่มีข้อจำกัด ด้วยการนำเสนอคอนเทนต์ในรูปแบบวิดีโอสั้นที่ใช้งานง่าย ประกอบกับเครื่องมือสร้างสรรค์ที่ช่วยให้การสร้างคอนเทนต์เป็นเรื่องง่าย เช่น เครื่องมือถ่ายทำ ตัดต่อ เอฟเฟกต์ และเสียงเพลงที่ถูกลิขสิทธิ์ อีกทั้ง ติ๊กต็อกยังใช้ Machine Learning ในการกระจายคอนเทนต์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้หลายคอนเทนต์สามารถกลายเป็นไวรัลในระยะเวลาอันสั้น นอกจากความบันเทิงแล้ว ติ๊กต็อกยังมีบทบาทสำคัญในการเป็นช่องทางการศึกษาและการรณรงค์เพื่อสังคม ตัวอย่างเช่น การร่วมมือกับองค์การอนามัยโลก (WHO) และกระทรวงสาธารณสุขไทยในการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID-19 รวมถึงการทำงานร่วมกับกรมสุขภาพจิตเพื่อเผยแพร่คอนเทนต์ที่ช่วยแก้ปัญหาสุขภาพจิต นอกจากนี้ ติ๊กต็อกยังเปิดตัวแคมเปญ #TikTokUni เพื่อสนับสนุนการศึกษาและการเรียนรู้ผ่านคอนเทนต์ที่สร้างสรรค์ ซึ่งช่วยให้การเรียนรู้เป็นเรื่องใกล้ตัวและน่าสนใจยิ่งขึ้น ในด้านการตลาดติ๊กต็อกได้เปิดตัว TikTok For Business ซึ่งมาพร้อมโซลูชัน Full-Funnel Marketing ครอบคลุมตั้งแต่การสร้างการรับรู้ (Awareness) การสร้างความมีส่วนร่วม (Engagement) ไปจนถึงการตัดสินใจซื้อ (Conversion) โดยยังมอบ Self-Serve Solution ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการโฆษณาได้ด้วยตัวเอง ความสำเร็จนี้สะท้อนจากการเพิ่มขึ้นของแคมเปญการตลาด เช่น Challenge Marketing และ Hashtag Marketing ที่ได้รับความนิยมจากแบรนด์ชั้นนำ ปัจจุบันนี้ติ๊กต็อกจึงเป็นทั้งแพลตฟอร์มความบันเทิง เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจ และการตลาดดิจิทัลที่ตอบโจทย์ยุคใหม่ได้อย่างลงตัว ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และบทบาทของติ๊กต็อก ในการเป็นส่วนหนึ่งในไลฟ์สไตล์และการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกของผู้คนทั่วโลก (Tiktok Newsroom, 2564)

ด้วยความโดดเด่นของติ๊กต็อกในการนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์ ดังนั้น แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่อง หรือ Storytelling จึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตสื่อควรคำนึงถึงเป็นลำดับแรก ๆ เทคนิคการเล่าเรื่อง คือ เทคนิคการเล่าเรื่องสื่อสารถึงที่มาที่ไป มีจุดเริ่มต้น และ จุดเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เพื่อผูกความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องราว เพื่อสื่อสารอย่างเข้าใจ และที่สำคัญช่วยให้เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอมีเอกลักษณ์โดดเด่นและน่าติดตาม ทั้งนี้ มีเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่น่าสนใจสำหรับองค์กรยุคใหม่ที่ต้องการนำเสนอดิจิทัลคอนเทนต์ให้น่าสนใจและน่าจดจำ ดังต่อไปนี้ (Chawanthawat,F. 2019)

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Before-After-Bridge - เทคนิคนี้เป็นวิธีการเล่าเรื่องที่ใช้ในการนำเสนอปัญหาก่อน (Before) ตามด้วยการแสดงถึงผลลัพธ์หลังจากการแก้ปัญหานั้น (After) และสุดท้ายคือการเสนอวิธีการที่สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือบรรลุผลลัพธ์ที่ดีขึ้น (Bridge)

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem-Agitate-Solve - การเริ่มต้นด้วยการนำเสนอปัญหาหรือความท้าทายที่กลุ่มเป้าหมายเผชิญ (Problem) ตามด้วยการเน้นย้ำความรุนแรงของปัญหานั้น (Agitate) เพื่อกระตุ้นความรู้สึกของผู้ฟัง และในที่สุดนำเสนอวิธีการหรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาผ่านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Solve)

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits - เทคนิคนี้มุ่งเน้นการอธิบายผลิตภัณฑ์หรือบริการในแง่ของคุณสมบัติ (Features) ข้อดีที่ได้จากคุณสมบัติเหล่านั้น (Advantages) และประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Benefits)

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Three-Act Structure - เทคนิคนี้เป็นการเล่าเรื่องแบบสามตอน ประกอบด้วยการแนะนำตัวละครและฉาก (Act One) การเผชิญกับอุปสรรคหรือปัญหา (Act Two) และการบรรลุผลสำเร็จหรือการแก้ปัญหาหลังจากการต่อสู้ (Act Three) ซึ่งเป็นโครงสร้างที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการสร้างสรรค์เนื้อหาหลายประเภท

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Freytag’s Pyramid: Five-Act Structure เทคนิคนี้เป็นการแบ่งการเล่าเรื่องออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ การแนะนำเรื่องและตัวละคร (Exposition) การเกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบ (Inciting Incident) การลุกขึ้นลงมือแก้ปัญหา (Rising Action) การบรรลุจุดสำคัญ (Climax) และการแก้ไขปัญหาและจบเรื่อง (Resolution)

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Simon Sinek’s Golden Circle - เทคนิคนี้เริ่มต้นจากการตั้งคำถาม “ทำไม” (Why) เพื่ออธิบายเหตุผลในการดำเนินกิจการของแบรนด์ จากนั้นชี้ให้เห็นถึงวิธีการที่แบรนด์ดำเนินการ (How) และสุดท้ายคือการอธิบายว่าแบรนด์มีผลิตภัณฑ์หรือบริการอะไร (What) เพื่อสร้างการเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งกับกลุ่มเป้าหมาย

เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Dale Carnegie’s Magic - เทคนิคนี้มุ่งเน้นการเล่าเรื่องส่วนบุคคลที่ช่วยให้ผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงกับผู้เล่าเรื่องได้ (Incident) ต่อด้วยการแสดงวิธีการหรือการกระทำที่ควรทำเพื่อแก้ไขปัญหา (Action) และสุดท้ายแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ผู้ฟังจะได้รับจากการลงมือทำ (Benefit)

เทคนิคการเล่าเรื่องเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความน่าสนใจและความน่าติดตามให้กับวิดีโอคอนเทนต์เป็นอย่างมาก ด้วยเหตุที่ในการออกแบบและพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์บนติ๊กต็อกครั้งนี้มีความต้องการจากหน่วยงาน คือ KMUTT BOOK STORE ว่าต้องการให้

ผลิตวิดีโอคอนเทนต์ จำนวน 4 ชุด คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาร่วมกันกับผู้บริหารหน่วยงานและเลือกเทคนิคการเล่าเรื่องที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 4 เทคนิค ได้แก่ 1) เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Simon Sinek's Golden Circle 2) เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits 3) เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem-Agitate-Solve และ 4) เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Before-After-Bridge ทั้งนี้ โดยพิจารณาร่วมกันถึงความเหมาะสมกับการนำเสนอประเภทสินค้าใน KMUTT BOOK STORE

KMUTT BOOK STORE หรือศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นศูนย์หนังสือที่ให้บริการในวงการศึกษาและวิชาการของมหาวิทยาลัย มีที่ตั้งอยู่ภายในวิทยาเขตบางมดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยมักจะมีการจัดจำหน่ายหนังสือเกี่ยวกับวิชาการที่เป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย รวมถึงหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพและสาขาวิชาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น หนังสือวิศวกรรม วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรม และเอกสารประกอบการเรียนที่มีการศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์การศึกษา เครื่องเขียน อุปกรณ์การเรียน เช่น ดินสอ ปากกา สมุดโน้ต เครื่องคิดเลข รวมไปถึงชุดนักศึกษาและของที่ระลึกของขวัญที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย เช่น เสื้อยืด แก้วน้ำ การบริการมีทั้งบริการสั่งซื้อหนังสือออนไลน์และบริการจัดส่งภายในมหาวิทยาลัย ในช่วงเทศกาลมักจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับนักศึกษาในช่วงเปิดภาคเรียนหรือในช่วงเทศกาลต่าง ๆ โดยขอบเขตการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของร้านหนังสืออาจมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับนโยบายและความต้องการของแต่ละมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจว่า ถึงแม้ทางศูนย์หนังสือจะจัดโปรโมชั่นพิเศษในทุกเทศกาล โดยเฉพาะช่วงเปิดภาคการศึกแรก นักศึกษาก็ยังใช้บริการ KMUTT BOOK STORE ในปริมาณไม่มากนัก (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2567) คณะผู้บริหารจึงร่วมมือกับคณะผู้วิจัยจากหลักสูตรเทคโนลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชนเพื่อออกแบบและพัฒนาสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE หรือศูนย์หนังสือแห่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี รวมทั้งสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่จัดจำหน่ายให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นผ่านทางช่องทางติ๊กต็อกต่อไปในรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ที่ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องหลากหลายประเภท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

2. เพื่อประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าจากชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

สมมติฐานของการศึกษา

1. คุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก อยู่ในระดับดีขึ้นไป

2. ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก อยู่ในระดับมากขึ้นไป

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้พัฒนาสื่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

2. สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อชุดวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของสถาบันการศึกษาบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับวิดีโอคอนเทนต์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอเล็กทรอนิกส์ (ETDA, 2564) ได้กล่าวถึงวิดีโอคอนเทนต์ไว้ว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา วิดีโอคอนเทนต์ (Video Content) หรือการนำเสนอเรื่องราวในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา เฟซบุ๊กได้เปิดเผยข้อมูลว่า การใช้วิดีโอคอนเทนต์และไลฟ์คอนเทนต์มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 50 โดยสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับสื่อของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคต้องการข้อมูลที่กระชับและเข้าใจง่าย วิดีโอคอนเทนต์จึงสามารถตอบโจทย์นี้ได้เป็นอย่างดี ด้วยความที่มีความสามารถในการดึงดูดและรักษาความสนใจจากผู้ชม ทั้งนี้ การเริ่มต้นการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ ควรเริ่มต้นจาก

1) พิจารณาความชอบและความถนัดของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้สามารถสร้างเนื้อหาที่มีความหมายและมีแรงบันดาลใจในการคิดค้นไอเดียใหม่ ๆ ต่อเนื่อง ควรสื่อสารเรื่องราวให้ผู้ชมเข้าใจอย่างชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสร้างความน่าสนใจ และนำเสนอประสบการณ์ที่มีค่าให้กับผู้ชม นอกจากนี้ ยังควรแสดงเอกลักษณ์และความน่าเชื่อถือผ่านการแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวพร้อมกับการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจะช่วยเพิ่มความโดดเด่นและดึงดูดกลุ่มผู้ชมที่มีความสนใจเหมือนกัน

2) ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับการทำคอนเทนต์ ข้อนี้เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสร้างเนื้อหามีทิศทางที่แน่ชัด การตั้งเป้าหมายให้ชัดเจนจะช่วยให้สามารถมองเห็นภาพรวมและสามารถคิดสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง คำถามสำคัญคือ “ทำคอนเทนต์นี้เพื่ออะไร” วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การสื่อสารมีความหมายและมีประสิทธิภาพ

3) การตั้งชื่อคลิป เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดความสนใจจากผู้ชม ชื่อคลิปที่ดีควรสะท้อนเนื้อหาหลักและใช้คีย์เวิร์ดที่ตรงประเด็น ซึ่งจะช่วยให้คลิปสามารถถูกค้นพบง่ายขึ้นใน

ช่องทางต่าง ๆ การเลือกคีย์เวิร์ดที่เหมาะสมสามารถเพิ่มโอกาสในการดึงดูดกลุ่มผู้ชมใหม่ ๆ รวมถึงช่วยขยายการรับรู้ของแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ในวงกว้าง

4) ความสอดคล้องระหว่างคอนเทนต์และแพลตฟอร์ม เป็นอีกปัจจัยที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากแต่ละแพลตฟอร์มมีธรรมชาติการใช้งานและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น หากกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กรุ่นใหม่อย่าง Gen Z ควรสร้างคอนเทนต์ที่มีความยาวประมาณ 1-1.30 นาที และเน้นความสนุกสนาน โดยแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับประเภทนี้ ได้แก่ ติ๊กต็อกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ใช้เยาวชนเป็นอย่างมาก

5) ความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องในการพัฒนา นอกจากการผลิตคอนเทนต์ที่ดีแล้ว การวิเคราะห์ผลตอบรับและการปรับปรุงเนื้อหาอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อรักษาความสนใจของผู้ชมและสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงไม่ควรทำวิดีโอคอนเทนต์เพียงชิ้นเดียวแล้วหยุดไป

ในที่นี้คณะผู้วิจัยจึงร่วมกับผู้บริหาร KMUTT BOOK STORE พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เพื่อให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักศึกษาเพิ่มมากขึ้นร่วมกับการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง 4 ประเภท

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

ในยุคดิจิทัลที่การใช้เวลาของผู้คนในโลกออนไลน์มากขึ้น การทำประชาสัมพันธ์ในรูปแบบดั้งเดิมที่เน้นการใช้ช่องทางออฟไลน์เริ่มมีบทบาทน้อยลง องค์กรจำนวนมากจึงหันมาใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ซึ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ในการสร้างการรับรู้และกระแสเชิงบวกต่อแบรนด์ ผ่านเครื่องมือออนไลน์ต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ อีเมล และบล็อก โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพิ่มการรับรู้และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร สินค้าและบริการ ทั้งยังช่วยเพิ่มฐานลูกค้า กระตุ้นการขาย และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมที่มักใช้ช่องทางออฟไลน์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ การทำการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ มีความคล่องตัวในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในสินค้าและบริการโดยตรง ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความเร็วในการสร้างผลลัพธ์ พร้อมทั้งสามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนผ่านเครื่องมือออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคมีความสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางดิจิทัลโดยการใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่น การทำ Influencer Marketing การเขียนบทความ SEO หรือการจัดกิจกรรมออนไลน์ การทำวิดีโอคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ซึ่งช่วยเสริมสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล (Phansuathong, P., 2024) ในที่นี้ผู้บริหารและคณะผู้วิจัยจึงใช้การประชาสัมพันธ์ดิจิทัลบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกเพื่อนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์โดยผสาน 4 เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในเนื้อหา

แผนผังแสดงขั้นตอนการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ โดยใช้หลักการ ADDIE Mode l (จำนง สันตจิต, 2556) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ดังนี้

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

▼

พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

▼

อาจารย์ที่ปรึกษา และสำนักหอสมุดตรวจสอบ

▼

ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ — (ปรับปรุงแก้ไข)

(ผ่าน)

▼

เผยแพร่บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก KMUTT BOOK STORE

▼

ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจ

▼

คำนวณค่าทางสถิติ สรุป และประเมินผล

ภาพที่ 1 แผนผังแสดงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงทดลอง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ติดตามบนแพลตฟอร์ม Tiktok KMUTT BOOK STORE จำนวน 335 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 26 ก.พ. 67) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ เป็นผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือในการรับชมสื่อและยินดีตอบแบบสอบถามจำนวน 50 คน

ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีความชำนาญ และประสบการณ์เพื่อประเมินคุณภาพของการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ แบ่งออกเป็น ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการประเมินค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือการศึกษา ได้แก่ 1) ชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง 4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยในที่นี้เครื่องมือทุกชิ้นได้ผ่านการประเมินค่าความเที่ยงตรงหรือค่า IOC ที่ค่ามากกว่า 0.5 เป็นที่เรียบร้อย



2



3



4

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดผลจากการประเมินโดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 1/2567

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ประกอบด้วย วิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE มีเนื้อหา 4 หัวข้อ ประกอบด้วย ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหนังสือ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายและชุดนักศึกษา และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับของที่ระลึก โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก โดยทางผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ

โดยใช้ ADDIE Model (จำนง สันตจิต, 2556) มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการทำงานและออกแบบชิ้นงาน ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังนี้

ก. วิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหนังสือ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Simon Sinek's Golden Circle ความยาว 49 วินาที

ข. วิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits ความยาว 1 นาที 3 วินาที

ค. วิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายและชุดนักศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem-Agitate-Solve ความยาว 58 วินาที

ง. วิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับของที่ระลึก โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Before-After-Bridge ความยาว 56 วินาที

2. ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ



ภาพที่ 2 แสดงภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์และ QR code ชมวิดีโอการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหนังสือ

ภาพที่ 3 แสดงภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์และ QR code ชมวิดีโอการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน

ภาพที่ 4 แสดงภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์และ QR code ชมวิดีโอการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายและชุดนักศึกษา

ภาพที่ 5 แสดงภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์และQR code ชมวิดีโอการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับของที่ระลึก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้อง	5.00	0.00	ดีมาก
1.2 เนื้อหามีความกระชับ เข้าใจง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
1.3 มีการใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
1.4 เนื้อหามีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	5.00	0.00	ดีมาก
1.5 ความถูกต้องของศัพท์เฉพาะที่ใช้ในวิดีโอคอนเทนต์	4.33	0.58	ดี
ภาพรวม	4.80	0.41	ดีมาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
2. ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา			
2.1 ภาษาที่ใช้ถูกต้องและมีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
2.2 ข้อความที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 ภาพประกอบกับเนื้อหามีความสอดคล้องกัน	5.00	0.00	ดีมาก
2.4 ภาพประกอบมีความเหมาะสมและถูกต้อง	5.00	0.00	ดีมาก
2.5 กราฟิกที่ใช้มีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
ภาพรวม	4.80	0.41	ดีมาก
สรุปผลการประเมินภาพรวม	**4.80**	**0.41**	**ดีมาก**

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา เรื่อง การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.80, S.D = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้านพบว่า รายการทั้งสองด้านมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ได้แก่ ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.80, S.D =0.41) และด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.80, S.D =0.41)

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำ เสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านตัวอักษรและการใช้สี			
1.1 ขนาดของตัวอักษร อ่านง่าย และชัดเจน	4.33	0.58	ดี
1.2 สีและรูปแบบของตัวอักษร สวยงาม	3.67	0.58	ดี
1.3 ตัวอักษรมีการจัดวางอย่างลงตัวสวยงาม	4.33	0.58	ดี
ภาพรวม	4.11	0.60	ดี
2. ด้านภาพ			
2.1 ภาพที่ใช้มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.67	0.58	ดีมาก
2.2 ภาพที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.67	0.58	ดีมาก
2.3 ภาพที่ใช้มีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
ภาพรวม	4.56	0.53	ดีมาก

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
3. ด้านเสียง			
3.1 เสียงพูดและเสียงดนตรีประกอบมีระดับความดังที่พอดีต่อการรับฟัง	4.67	0.58	ดีมาก
3.2 เสียงพูดและเสียงดนตรีประกอบมีความชัดเจน ไม่สะดุด	4.33	0.58	ดี
3.3 เสียงดนตรีประกอบมีความเหมาะสมกับเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
ภาพรวม	4.44	0.53	ดี
4. ด้านการนำเสนอ			
4.1 รูปแบบการนำเสนอมีความกระชับ และเข้าใจง่าย	4.67	0.58	ดีมาก
4.2 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกมีความน่าสนใจ	4.33	0.58	ดี
4.3 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกมีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
ภาพรวม	4.56	0.53	ดีมาก
สรุปผลการประเมินภาพรวม	**4.42**	**0.55**	**ดี**

ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ เรื่อง การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่ามีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นคุณภาพในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านภาพและด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.53) และค่าเฉลี่ยรองลงมาคือด้านเสียง อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.53) และด้านตัวอักษรและการใช้สี อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE คือ ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี	4.84	0.42	มากที่สุด
2. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีหนังสือเรียนและตำราเรียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษจำหน่าย	4.78	0.46	มากที่สุด
3. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีหนังสือวรรณกรรม บทความและนวนิยายหมวดบันเทิงจำหน่าย	4.78	0.58	มากที่สุด
4. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียนจำหน่าย	4.76	0.48	มากที่สุด
5. ท่านรับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีเครื่องคิดเลขและสินค้า IT จำหน่าย	4.84	0.47	มากที่สุด
6. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีชุดนักศึกษาเครื่องแต่งกายประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีจำหน่าย	4.86	0.35	มากที่สุด
7. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีชุดไปรเวทสัญลักษณ์ KMUTT สำหรับใส่เข้ามาทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยจำหน่าย	4.84	0.42	มากที่สุด
8. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีจำหน่าย	4.82	0.44	มากที่สุด
9. รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีการให้บริการห่อของขวัญสำหรับผู้ที่ซื้อของที่ระลึกจาก KMUTT BOOK STORE	4.82	0.48	มากที่สุด
10. รับรู้ว่าวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 08:00 – 18:00 น. และวันเสาร์ เวลา 08:00 – 17:00 น. KMUTT BOOK STORE เปิดให้บริการ	4.76	0.66	มากที่สุด
สรุปผลการประเมินภาพรวม	**4.81**	**0.48**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้พบว่า มีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.81, S.D = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ รับรู้ว่า KMUTT

BOOK STORE มีชุดนักศึกษา เครื่องแต่งกายประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.86, S.D = 0.35) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ รับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE คือ ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.84, S.D = 0.42) และรับรู้ว่า KMUTT BOOK STORE มีของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.82, S.D = 0.44) ตามลำดับ

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 การลำดับเนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์	4.84	0.42	มากที่สุด
1.2 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีความชัดเจน	4.82	0.39	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีความน่าสนใจโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง	4.84	0.47	มากที่สุด
1.4 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์เข้าใจง่าย	4.82	0.39	มากที่สุด
1.5 เนื้อหาของวิดีโอคอนเทนต์มีประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.86	0.40	มากที่สุด
ภาพรวม	4.84	0.41	มากที่สุด
2. ด้านภาพและเสียง			
2.1 ภาพและเสียงสอดคล้องกับเนื้อหา	4.74	0.53	มากที่สุด
2.2 ภาพสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.86	0.40	มากที่สุด
2.3 ภาพและเสียงมีความดึงดูดและน่าสนใจ	4.78	0.46	มากที่สุด
2.4 ภาพที่ใช้ในวิดีโอคอนเทนต์มีสีสันสวยงาม	4.84	0.37	มากที่สุด
2.5 ภาพและเสียงชัดเจน ไม่สะดุด	4.82	0.44	มากที่สุด
ภาพรวม	4.81	0.44	มากที่สุด
3. ด้านการนำเสนอ			
3.1 รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย	4.88	0.33	มากที่สุด
3.2 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกมีความเหมาะสม และน่าสนใจ	4.84	0.42	มากที่สุด
3.3 การนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกสามารถประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE	4.82	0.44	มากที่สุด

รายการที่ประเมิน	ผลการวิเคราะห์		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3.4 การนำเสนอช่วยประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น	4.78	0.51	มากที่สุด
3.5 การนำเสนอโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบต่าง ๆ ช่วยสื่อความหมายให้ชัดเจนมากขึ้น	4.86	0.35	มากที่สุด
ภาพรวม	4.84	0.41	มากที่สุด
สรุปผลการประเมินภาพรวม	**4.83**	**0.42**	**มากที่สุด**

ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ พบว่า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D. = 0.41) ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.84, S.D. = 0.41) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านภาพและเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.81, S.D. = 0.44) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ผลการวิจัยนั้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยคณะผู้วิจัยขออภิปรายผลในประเด็นดังต่อไปนี้ การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ประกอบด้วย สื่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก มีจำนวนทั้งสิ้น 4 ชุด ได้แก่ 1) สื่อวิดีคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์สินค้าในหมวดหมู่เกี่ยวกับหนังสือ โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง Simon Sinek’s Golden Circle 2) สื่อวิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์สินค้าในหมวดหมู่เกี่ยวกับเครื่องเขียนและอุปกรณ์การเรียน โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits 3) สื่อวิดีโอคอนเทนต์มีประชาสัมพันธ์สินค้าในหมวดหมู่เกี่ยวกับเครื่องแต่งกายและชุดนักศึกษา โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Problem-Agitate-Solve และ 4) สื่อวิดีโอคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์สินค้าในหมวดหมู่เกี่ยวกับของที่ระลึก โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Before-After-Bridge โดยคณะผู้จัดทำได้มีขั้นตอนการวางแผนและออกแบบเนื้อหา ภาพรวมวิดีโอ รวมถึงการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องเหมาะสม ชัดเจน และเข้าใจง่าย ซึ่งการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์นี้ อิงตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ

ADDIE MODEL (จำนง สันตจิต, 2556) มาประยุกต์ใช้ดังนี้ 1) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ศึกษาความต้องการขององค์กรและนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา 2) ขั้นการออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีในการนำเสนอสื่อ 3) ขั้นตอนการพัฒนา(Development) นำรูปแบบของสื่อเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้บริหาร KMUTT BOOK STORE และทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม จากนั้นนำสื่อไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป 4) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำสื่อไปเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มติ๊กต็อก KMUTT BOOK STORE ให้สมาชิกที่ติดตามบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกที่ได้ดูสื่อ และมีความยินดีตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน 5) ขั้นตอนการประเมินผล(Evaluation) นำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thamwipat, K., et al. (2024) ซึ่งได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้แนวคิด ADDIE Model มาดำเนินการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียวเพื่อประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษาช่วงโควิด-19 จำนวน 10 เรื่อง ผลการวิจัยพบว่า งานวิจัยทั้งหมดที่ใช้แนวคิด ADDIE Model อย่างครบถ้วนทั้ง 5 ขั้นตอนทำให้ได้สื่อมัลติมีเดียวที่มีคุณภาพดี สามารถส่งเสริมการรับรู้และความพึงพอใจให้แก่กลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่า การนำเสนอข้อมูลโดยใช้ภาพและกราฟิกสามารถสื่อสารกับกลุ่มตัวอย่างได้ดีกว่านำเสนอด้วยตัวหนังสือจำนวนมาก

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก พบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.41) เนื่องจากมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของสื่อวิดีโอคอนเทนต์ ที่ประกอบไปด้วยภาพเคลื่อนไหว ประกอบกับแสง สี เสียง ที่ช่วยเพิ่มอรรถรสในการรับชม ทำให้สื่อมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา และผู้ชมเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการสื่อได้ง่ายกว่าการอธิบายเป็นคำพูดหรือตัวหนังสือ ในส่วนผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอของชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกพบว่า มีผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.42 , S.D. = 0.55) เนื่องจากวิดีโอคอนเทนต์โดยนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาและน่าสนใจ เสียงบรรยายมีความชัดเจนไม่สะดุด เสียงดนตรีประกอบกับเนื้อหา และระดับเสียงที่ใช้มีความพอดีต่อการรับฟัง ทั้งน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดรูปแบบของวิดีโอคอนเทนต์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2564) แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการเล่าเรื่อง (Chawanthawat, F., 2019) แนวคิดการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล (Phansuathong,P., 2024) มาใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อทำให้ได้สื่อที่มีคุณภาพในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonphoung, K., et al., 2022 ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาชุดสื่อประชาสัมพันธ์แบบมีปฏิสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ แผนกวิชาคอมพิวเตอร์กราฟิก วิทยาลัยพณิชยการเชตุพน พบว่า สื่อที่พัฒนาขึ้นประกอบไปด้วยชุดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องของภาพกับเนื้อหา มีความน่าสนใจองค์ประกอบมีความสวยงาม ดนตรีและเสียงประกอบคลิปวิดีโอมีความเหมาะสมต่อการรับฟัง ทำให้มีผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X}$ = 4.78, S.D. = 0.58) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.38) เช่นเดียวกัน

ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.81, S.D. = 0.48) เนื่องจากชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก มีการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์ ที่มีเสียงบรรยายพร้อมภาพประกอบที่ชัดเจน เรียบง่ายแต่ดึงดูดความสนใจ สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และเข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ดี และในส่วนผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก พบว่า มีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.83, S.D. = 0.42) เนื่องจากมีการพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์ให้มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีการเรียบเรียงหรือเชื่อมโยงเรื่องราวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเทคนิคการเล่าเรื่อง (Chawanthawat,F., 2019) ที่กล่าวว่า เทคนิคการเล่าเรื่อง คือ การเล่าเรื่องที่มีที่มาที่ไป มีจุดเริ่มต้นและจุดเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ทำให้สื่อสารอย่างเข้าใจ ช่วยให้เนื้อหาน่าติดตาม ทั้งนี้ ชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก มีการนำเทคนิคการเล่าเรื่องมาใช้ทั้งหมด 4 เทคนิค ในชุดวิดีโอคอนเทนต์ 4 คลิป ได้แก่ Simon Sinek’s Golden Circle, Features-Advantages-Benefits, Problem-Agitate-Solve, และ Before-After-Bridge จึงช่วยให้ชุดสื่อมีการนำเสนอที่น่าติดตามมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krailas, J., et al. (2024) ที่ได้ออกแบบและพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องร่วมกับกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการรับรู้เรื่องการผลิตรายการข่าวออนไลน์ 3 Plus News สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในรายวิชา ETM 112 วัจนเพื่อการสื่อสารภาษาไทย ภาคการศึกษาที่ 2/2566 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้พัฒนาสื่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องร่วมกับกิจกรรมการสื่อสารฯ อยู่ในะดับมาก ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = 0.49) จึงได้ดำเนินการพัฒนาสื่อวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง จำนวน 1 ตอน ความยาว 04.18 นาที มีขอบเขตเนื้อหาตามเทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Features-Advantages-Benefits ดังนี้ ก.คุณสมบัติ ข.ข้อดี ค.ประโยชน์ของรายการข่าวออนไลน์ 3 Plus News สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลังจากคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาสื่อแล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ ผลการประเมินคุณภาพวิดีโอคอนเทนต์ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดี ($\overline{X}$ = 4.44, S.D. = 0.19) 3) ส่วนผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.51, S.D. = 0.17) และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = 0.39) ดังนั้น สื่อที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thamwipat, K., et al. (2024) ที่ได้พัฒนาคลิปรีวิวรายการฮีลใจวัยรุ่นบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก จำนวน 4 คลิป ความยาวคลิปละ ไม่เกิน 3 นาที โดยพัฒนาตามรูปแบบ ADDIE Model ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปใช้หรือเผยแพร่ และการประเมินผล ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินด้านการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.58 , S.D. = 0.62)

และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.62) ทั้งนี้ มีข้อสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้อยู่ในเจนเนอเรชั่น Z คือผู้ที่เกิดหลัง พ.ศ. 2541 มักมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้แก่ อินสตาแกรม ติ๊กต็อก และเฟซบุ๊กมาก เนื่องจากมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ต่อวันในระดับมาก คือเกินกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันผ่านสมาร์ทโฟนด้วย

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา เนื่องจากเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง KMUTT BOOK STORE และคณะผู้วิจัย โดยทาง KMUTT BOOK STORE ต้องการให้มีสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าต่าง ๆ ออกไปให้เร็วที่สุดภายใน 1-2 เดือนแรกนับตั้งแต่เปิดภาคการศึกษา แต่คณะผู้วิจัยและพรีเซนเตอร์ซึ่งเป็นนักศึกษาจากต่างชั้นปี มีเวลาว่างไม่ตรงกัน จึงทำให้สามารถผลิตวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องจำนวน 4 เทคนิคเท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. การเผยแพร่ชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก นี้ทางศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรีสามารถนำไปเป็นสื่อต้นแบบเผยแพร่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้หน่วยงานในกำกับของมหาวิทยาลัยฯ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และยูทูป เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มนักศึกษาเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น

2. การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ควรทำปก/Cover ให้น่าคลิกชม เพื่อสามารถนำไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาใหม่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในพิธีปฐมนิเทศของมหาวิทยาลัยได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ทัศนคติ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE ในรูปแบบของนิทรรศการโดยใช้เทคโนโลยี Metaverse ในการนำเสนอ

2. ควรศึกษาแนวทางและพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เพื่อประชาสัมพันธ์ KMUTT BOOK STORE บนแพลตฟอร์มติ๊กต็อกในรูปแบบของนิทรรศการเสมือนจริง 3 มิติ โดยใช้การนำเสนอผ่านเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) เพื่อให้ผู้รับชมสื่อได้มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อและเพิ่มความน่าสนใจในการรับชมสื่อมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ระบบออนไลน์

จำนง สันตจิต. (2556). *ADDIE MODEL*. สืบค้นจาก https://www.gotoknow.org/posts/520517

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (2567). *ศูนย์หนังสือพระจอมเกล้าธนบุรี KMUTT BOOKSTORE*. สืบค้นจาก https://web.kmutt.ac.th/bookstore/

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2564). *5 STEP ทำ Video Content ให้สุดปัง แบบง่าย ๆ สไตล์มือใหม่ก็ทำได้.* สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/articles/e-Commerce/VDO-Content-01.aspx

Boonphoung, K., Princhankol, P., & Thamwipat, K. (2022). The Development of Interactive Public Relations Media Kits to Promote Brand Image Department of Computer Graphics Chetupon Commercial College. *Journal of Learning Innovation and Technology (JLIT), 2*(1), 38-49. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/257472/175102

Chawanthawat, F. (2019). *7 สูตรการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่จะทำให้แบรนด์ของคุณเป็นที่น่าจดจำ.* สืบค้นจาก https://stepstraining.co/content/7-formula-storytelling

Krailas, J., Thamwipat, K., Princhankol, P., & Kantanyaluk, P. (2024). The Development of Video Content Using Storytelling Techniques in conjunction with Communication Activities Enhanced Awareness for 3 PlusNews Online Pro duction among Undergraduate Students. *Saint John's Journal, 27*(40), 279-294. Retrieved from https://sju.ac.th/pap_file/ae9c8d2e5e0643b22f0e2a2613ba0350.pdf

Phansuathong, P. (2024). *Digital PR คืออะไร ต่างจากการประชาสัมพันธ์ดั้งเดิมอย่างไร?*. สืบค้นจาก https://www.primal.co.th/th/marketing/what-is-digital-pr/

Thamwipat, K., Namaso, K., & Princhankol, P. (2024). A Synthesis of Research Studies on Public Relations Multimedia Utilization within an Educational Institute During the Covid-19 Pandemic: A Comparative Analysis of Textual and Data Visualization Approaches, *Kasetsart Journal of Social Sciences, 45*(2), 433-442. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/257472/175102

Thamwipat, K., Princhankol, P., Maneewan, S., Pintong, M., & Eaksombun, T. (2024). Development and Assessment of Review Clips by Disabled Students for a Teenage Soul Healing Program on the TikTok Platform. *Studies in Media and Communication. 12*(3), 168-176. Retrieved from https://doi.org/10.11114/smc.v12i3.6896

Tiktok Newsroom. (2564). *เจาะลึกเหตุผลที่ทำให้ TikTok เป็นแพลตฟอร์มมาแรงแห่งปี.* สืบค้นจาก https://newsroom.tiktok.com/th-th/top-reasons-why-everyone-heard-about-tiktok