

การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่ง เชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด

The Development of the Video Content Series for Promoting
Airport-Linked Transportation Services on the TikTok Platform
of Transport Co., Ltd.

ปิยะธิดา มิลินதாகาศ* , กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์**,
ธีรวัฒน์ โอภาสบุตร**, และ พรปภััสสร ปริญาญาณกุล**

Piyatida Milintagad*, Kuntida Thamwipat**,
Teerawan Opasbut**, and Pornpapatsorn Princhanokot**
Corresponding Author E-mail: kuntida.tha@kmutt.ac.th

วันที่รับบทความ	18 กรกฎาคม 2568
วันที่แก้ไขบทความ	30 กันยายน 2568
วันที่ตอบรับบทความ	12 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด 2) ประเมินคุณภาพชุดวิดีโอคอนเทนต์ที่พัฒนาขึ้น 3) ประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ 4) ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) วิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด 2) แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ 3) แบบประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง และ

* นักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

* Student, Faculty Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

** อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

** Lecturer, Faculty Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

4) แบบประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ติดตามแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บขส. 99 ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญโดยวิธีการจับสลากจากผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือเป็นอาสาสมัครและกลุ่มตัวอย่างทดลอง จำนวน 50 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด จำนวน 3 ชิ้น และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ 2) ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.75) ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$, S.D. = 0.42) 3) ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30) และ 4) ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D. = 0.29) ดังนั้น ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำสำคัญ: วิดีโอคอนเทนต์, ประชาสัมพันธ์, บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบิน, แพลตฟอร์มติ๊กต็อก

Abstract

This research aimed to 1) develop the series of video content to promote airport-linked transportation services on the TikTok platform for Transport Co., Ltd., 2) evaluate the quality of the developed video content, 3) assess the sample's awareness after viewing the content, and 4) evaluate the sample's satisfaction. The research instruments included: 1) the video content series promoting airport-linked transportation services via TikTok, 2) a content and media quality evaluation form, 3) a perception assessment form, and 4) a satisfaction assessment form. The sample group consisted of 50 followers of the Transport Co., Ltd. TikTok99 account, selected through accidental sampling using a voluntary lottery method from those willing to participate. The results showed that, 1) Three video clips were developed and evaluated by experts, 2) The content quality was rated at a good level ($\bar{x} = 4.17$, SD = 0.75), while the presentation quality was rated at a very good level ($\bar{x} = 4.57$, S.D. = 0.42), 3) The sample's level of awareness was at the highest level ($\bar{x} = 4.90$, SD = 0.30), and 4) The satisfaction level was also at the highest level ($\bar{x} = 4.91$, SD = 0.29). Therefore, the developed video content series is considered practical and suitable for promoting airport-linked transportation services on the TikTok platform for Transport Co., Ltd.

Keywords: Video content, Promote, Airport-linked Transportation Services, TikTok Platform

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญของประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและธรรมชาติ ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดย “พญา” เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดชลบุรีที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปยังพื้นที่ดังกล่าว อย่างไรก็ตามพบข้อมูลว่าในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจมีข้อจำกัดหลายประการ นอกจากเดินทางโดยรถส่วนตัว โดยเฉพาะเรื่องของระบบขนส่งสาธารณะ นักท่องเที่ยวจำนวนมากต้องอาศัยรถโดยสารไม่ประจำทาง เช่น รถตู้ รถสองแถว หรือบริการเช่ารถ เนื่องจากไม่มีบริการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุมเส้นทางดังกล่าวอย่างทั่วถึง อีกทั้งข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทาง การเดินทาง ค่าใช้จ่าย และวิธีการใช้บริการขนส่งเหล่านี้ยังมีอยู่อย่างจำกัด ทำให้เกิดความไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์มาก่อน (จังหวัดชลบุรี, 2565) ประกอบกับในยุคปัจจุบันที่กำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีจะช่วยให้ใช้ชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นและตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจ การทำงาน โดยสิ่งที่คนส่วนมากเข้าถึงและใช้เป็นประจำทุกวันบนโลกออนไลน์ ได้แก่ โซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นพื้นที่ของกลุ่มสังคมออนไลน์ สำหรับการพบปะพูดคุยกันของคนผ่านอินเทอร์เน็ต (กรรณิการ์ สมาจาร, 2564) โดยเฉพาะแพลตฟอร์มติ๊กต็อกได้กลายเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลสูงต่อพฤติกรรมตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งนี้พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมักนิยมค้นหาข้อมูลจากวิดีโอสั้นๆ ที่ให้ข้อมูลรวดเร็วและเข้าใจง่าย ดังนั้นการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ภายใต้การสนับสนุนของ บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) จึงเป็นแนวทางที่สามารถช่วยให้ข้อมูลการเดินทางมีความชัดเจนมากขึ้น เพราะสามารถลดปัญหาความสับสนในการเดินทาง และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น นอกจากนี้วิดีโอคอนเทนต์ที่สร้างขึ้นมีองค์ประกอบสำคัญอย่างภาพเคลื่อนไหวและเสียง วิดีโอคอนเทนต์จึงถูกยกระดับให้กลายเป็นเนื้อหาที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้บริโภค อันเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ชื่นชอบการดูมากกว่าการอ่าน ทำให้คอนเทนต์ประเภทนี้ก้าวเข้ามาเป็นบทบาทต่อชีวิตประจำวันของเราในด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในแง่มุมมองของการทำการตลาดออนไลน์ เพราะวิดีโอคอนเทนต์สามารถส่งสารหรือข้อมูลได้ง่าย ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย และสามารถสร้างภาพลักษณ์หรือการรับรู้ให้เป็นรูปธรรม ทำให้คอนเทนต์ประเภทนี้ ก้าวขึ้นมาเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่งในการทำการตลาดออนไลน์ (กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และคณะ, 2566) โดยการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด จะสามารถช่วยส่งเสริมธุรกิจขนส่งและการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยสามารถสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) ให้กับ บขส. และผู้ให้บริการขนส่งอื่น ๆ ในการเป็นทางเลือกที่สะดวก ปลอดภัย และคุ้มค่าแก่ผู้เดินทาง อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พักในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีบริการจองตั๋วออนไลน์เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางอีกด้วย (borkorsor99บขส.99, 2568) ในฐานะที่บริษัท ขนส่ง จำกัด เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม ก่อตั้งเมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2473 ได้เปิดดำเนินกิจการจนถึงปัจจุบันอย่างเข้าสู่ปีที่ 94 ได้รับมอบหมายจาก

รัฐบาล ให้เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการให้บริการขนส่งผู้โดยสารด้วยรถประจำทางจาก กรุงเทพมหานครไปยังจังหวัดต่าง ๆ ภายในประเทศที่วราชอาณาจักร และได้รับมอบหมายให้เดินรถโดยสารระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา และเชื่อมต่อโครงข่ายท่าอากาศยานดอนเมือง - ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ คอย กำกับดูแลบริษัทเอกชนที่มาร่วมให้บริการขนส่งผู้โดยสาร ในรูปแบบรถร่วมบริการ ตลอดระยะเวลา 94 ปี บริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) ได้ดำเนินการพัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะให้ประชาชนเกิดความสะดวกรวดเร็ว สามารถเชื่อมต่อการเดินทางแบบไร้รอยต่อ ตามนโยบายของรัฐบาลและ กระทรวงคมนาคม ที่ต้องการให้การขนส่งทางถนนมีความมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้การบริหารจัดการ องค์การด้วยหลักธรรมาภิบาลโปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และ ยึดถือประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการองค์การ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และพัฒนาระบบบริหารจัดการ ติดตาม การเดินทางด้วย GPS เพื่อ ความปลอดภัยในการเดินทางของประชาชน (อรรถวิท รักจำรูญ, 2567)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยในฐานะปฏิบัติการฝึกงานด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ณ บริษัท ขนส่ง จำกัด จึงมีความสนใจดำเนินการศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่ง เชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด เนื่องจากเส้นทางการเดินทางท่า อากาศยานดอนเมืองและท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไปยังพัทยา จังหวัดชลบุรี เพิ่งเปิดเส้นทาง ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและประเมินผลชุดวิดีโอคอนเทนต์รีวิวนบนแพลตฟอร์ม TikTok เพื่อให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการเดินทางที่ บริษัท ขนส่ง จำกัด ได้จัดทำ ขึ้น และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในด้านการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์ม ออนไลน์ให้กับองค์กร นักท่องเที่ยว และผู้ให้บริการขนส่ง พร้อมทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหา บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบน แพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด
2. เพื่อประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อ สนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด
3. เพื่อประเมินผลการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

1. ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊ก ต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด มีคุณภาพอยู่ในระดับดีขึ้นไป

2. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวีดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด มีคุณภาพอยู่ในระดับมากขึ้นไป

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวีดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด มีคุณภาพอยู่ในระดับมากขึ้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยประชาสัมพันธ์เส้นทางการเดินทางใหม่ให้องค์กรผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลทำให้ผู้ติดตามสามารถรับรู้ข่าวสารได้สะดวกมากขึ้น

2. สามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาชุดวีดีโอคอนเทนต์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางในเส้นทางยอดนิยมอื่น ๆ ให้กับองค์กรต่อไป

บททวนวรรณกรรม

วีดีโอคอนเทนต์ หมายถึง หนึ่งในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ไม่ว่าจะเพื่อความบันเทิง การให้ความรู้ การโฆษณาสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยลักษณะของวีดีโอคอนเทนต์สามารถจำแนกได้ตามประเภทของเนื้อหา หรือแพลตฟอร์มที่เผยแพร่ ในการทำความเข้าใจคำว่า "วีดีโอคอนเทนต์" จำเป็นต้องแยกองค์ประกอบออกเป็นสองส่วน ได้แก่ "วีดีโอ" และ "คอนเทนต์" วีดีโอคือสื่อภาพเคลื่อนไหวที่อาจประกอบด้วยเสียงและเรื่องราว ขณะที่คอนเทนต์หมายถึงเนื้อหาที่ผู้ผลิตมีเจตนาในการสื่อสาร โดยไม่จำกัดเฉพาะรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง อาจเป็นข้อความ ภาพ เสียง หรือวีดีโอ โดยสาระสำคัญของคอนเทนต์จะยังคงอยู่แม้รูปแบบนำเสนอจะแตกต่างกัน โดยสรุปแล้ววีดีโอคอนเทนต์จึงหมายถึงเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อภาพเคลื่อนไหว ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่การสื่อสารแบบบูรณาการทั้งภาพ เสียง และเรื่องราวในเวลาเดียวกัน ผู้ชมสามารถเข้าถึงข้อมูล ความรู้สึก และบริบทได้อย่างสมบูรณ์ จึงเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความแพร่หลายของวีดีโอคอนเทนต์ในปัจจุบันมีปัจจัยสำคัญจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะการเข้าถึงอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น สมาร์ทโฟน ที่มีคุณภาพกล้องสูงและใช้งานง่าย ประกอบกับแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รองรับเนื้อหาวีดีโอจำนวนมาก ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถผลิตและเผยแพร่คอนเทนต์ได้สะดวก ส่งผลให้จำนวนผู้ผลิตและผู้บริโภควีดีโอคอนเทนต์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นช่องทางสื่อสารที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในยุคดิจิทัล (Sitvisut Anantnakarakul, 2565) ในที่นี้ผู้วิจัยจึงจัดทำวีดีโอคอนเทนต์ชนิดสั้นเพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลจำนวน 3 คลิป

ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประชาสัมพันธ์หมายถึงกระบวนการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อส่งเสริมความน่าเชื่อถือ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน และนำไป

สู่การยอมรับ สนับสนุน และความร่วมมือจากสาธารณชน ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร ในยุคดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับประชาชน เป็นทั้งศิลปะและศาสตร์ที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์เฉพาะบุคคล โดยเฉพาะทักษะในการสื่อสารที่มีลักษณะเฉพาะตัวและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยตรง การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่สำคัญในการสนับสนุนแผนงานและโครงการขององค์กรให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น โดยมุ่งหวังให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีบทบาทในการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ตลอดจนสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีในหมู่ประชาชน การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ประชาชนเปิดใจรับฟังข่าวสาร และมีแนวโน้มให้ความร่วมมือกับองค์กรมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะหลัก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ภายใน ซึ่งมุ่งเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร และการประชาสัมพันธ์ภายนอก ซึ่งเน้นการสื่อสารกับประชาชนทั่วไป กล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดี แก้ไขความเข้าใจผิด และส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน ผ่านการสื่อสารที่วางแผนอย่างรอบคอบ (สุธัญญา กฤตาคม, 2564) ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำหลักแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นพื้นฐานการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางโดยขส. ผ่านการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ออกสู่กลุ่มเป้าหมายภายนอกต่อไป

แพลตฟอร์มติ๊กต็อก หมายถึง แพลตฟอร์มวิดีโอสั้นที่พัฒนาโดยบริษัท ByteDance เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2559 โดยมีจุดเด่นในการสร้างและเผยแพร่วิดีโอที่สามารถตกแต่งด้วยเสียง เพลง เอฟเฟกต์ และฟิลเตอร์ต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดาย ทำให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาได้สะดวกและสนุกสนาน ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเยาวชนช่วงอายุ 16-24 ปี หรือกลุ่ม Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของแพลตฟอร์ม ปัจจุบันติ๊กต็อกเปิดให้บริการในกว่า 155 ประเทศ รองรับ 75 ภาษา และมีผู้ใช้งานที่เปิดเข้าชมแอปวันละหลายครั้ง โดยใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 52 นาทีต่อวัน ลักษณะเด่นที่ทำให้ติ๊กต็อกได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วคือ คุณภาพวิดีโอที่คมชัด ระบบการใช้งานที่ลื่นไหลพร้อมเครื่องมือการตัดต่อและฟิลเตอร์อัจฉริยะ อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดสดและใช้เสียงเพลงหลากหลายแนวประกอบวิดีโอได้อย่างอิสระ แม้ว่าคลิปส่วนใหญ่จะเป็นคลิปสั้น แต่ก็เน้นความกระชับ เข้าถึงง่าย และไม่ซับซ้อน จึงตอบโจทย์ทั้งด้านความบันเทิงและสาระ จนกลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อวัฒนธรรมการสื่อสารของผู้คนในยุคปัจจุบัน (Fillgoods, 2565) ในที่นี้ทางหน่วยงาน ขส. จึงเลือกใช้แพลตฟอร์มดังกล่าวในการประชาสัมพันธ์ บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบิน

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด มีตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์
บริการ ขนส่งเชื่อมต่อสนามบิน
บนแพลตฟอร์มดิจิทัล
บริษัท ขนส่ง จำกัด

ตัวแปรตาม

- คุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการ ขนส่งเชื่อมต่อสนามบิน บนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด
- ผลกสนรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการ ขนส่งเชื่อมต่อสนามบิน บนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด
- ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการ ขนส่งเชื่อมต่อสนามบิน บนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด มีการกำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ติดตาม ดิจิทัล borkorsor99บขส. 99 จำนวน 7,461 คน (borkorsor99บขส.99, 2568) [ข้อมูล ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568] กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ติดตาม Tiktok บขส. 99 ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญด้วยวิธีจับสลากจากผู้ที่ยินดีและสมัครใจในการให้ความร่วมมือเป็นอาสาสมัครและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน ทั้งนี้มีการกล่าวถึง การวิจัยและพัฒนา (R&D) ที่มุ่งสร้างแนวคิด วิธีปฏิบัติ สื่อ หรือสิ่งประดิษฐ์เพื่อพัฒนาองค์กรหรือสังคม โดยใช้วิจัยเชิงทดลอง ปฏิบัติการ และประเมินผล เพื่อสร้างนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ตามแนวทางของบอร์กและกอล แบ่งเป็น 10 ขั้นตอน ได้แก่ รวบรวมข้อมูล วางแผน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทดลองกลุ่มเล็ก ปรับปรุง ทดลองกลุ่มใหญ่ ปรับปรุงอีกครั้ง ทดลองภาคสนาม ปรับปรุงขั้นสุดท้าย และเผยแพร่ใช้งาน ทั้งนี้ในขั้นตอนทดสอบภาคสนามขั้นปฏิบัติการนิยมใช้กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 40 คน ขึ้นไป(สรินทร์ทิพย์ กลิ่นอุบล, 2557)

2. ผู้เชี่ยวชาญ

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี เพื่อประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด จำนวน 3 ท่าน

2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี หรือมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ มากกว่า 5 ปี เพื่อประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด จำนวน 3 ท่าน

2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล คือ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี หรือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 5 ปี เพื่อประเมินคุณภาพด้านการวัดและประเมินผลของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด จำนวน 3 ท่าน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาชุดชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด ได้ใช้แนวคิดของ ADDIE Model (Untoroseto & Triayudi, 2023) มี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

3.1 การวิเคราะห์ (Analysis) ผู้ศึกษาได้ศึกษาความต้องการขององค์กร จากการสอบถามหัวหน้างานประชาสัมพันธ์และได้คำแนะนำว่าทางองค์กรต้องการประชาสัมพันธ์ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด เมื่อผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการจากทางองค์กรและนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้ในการออกแบบสื่อต่อไป

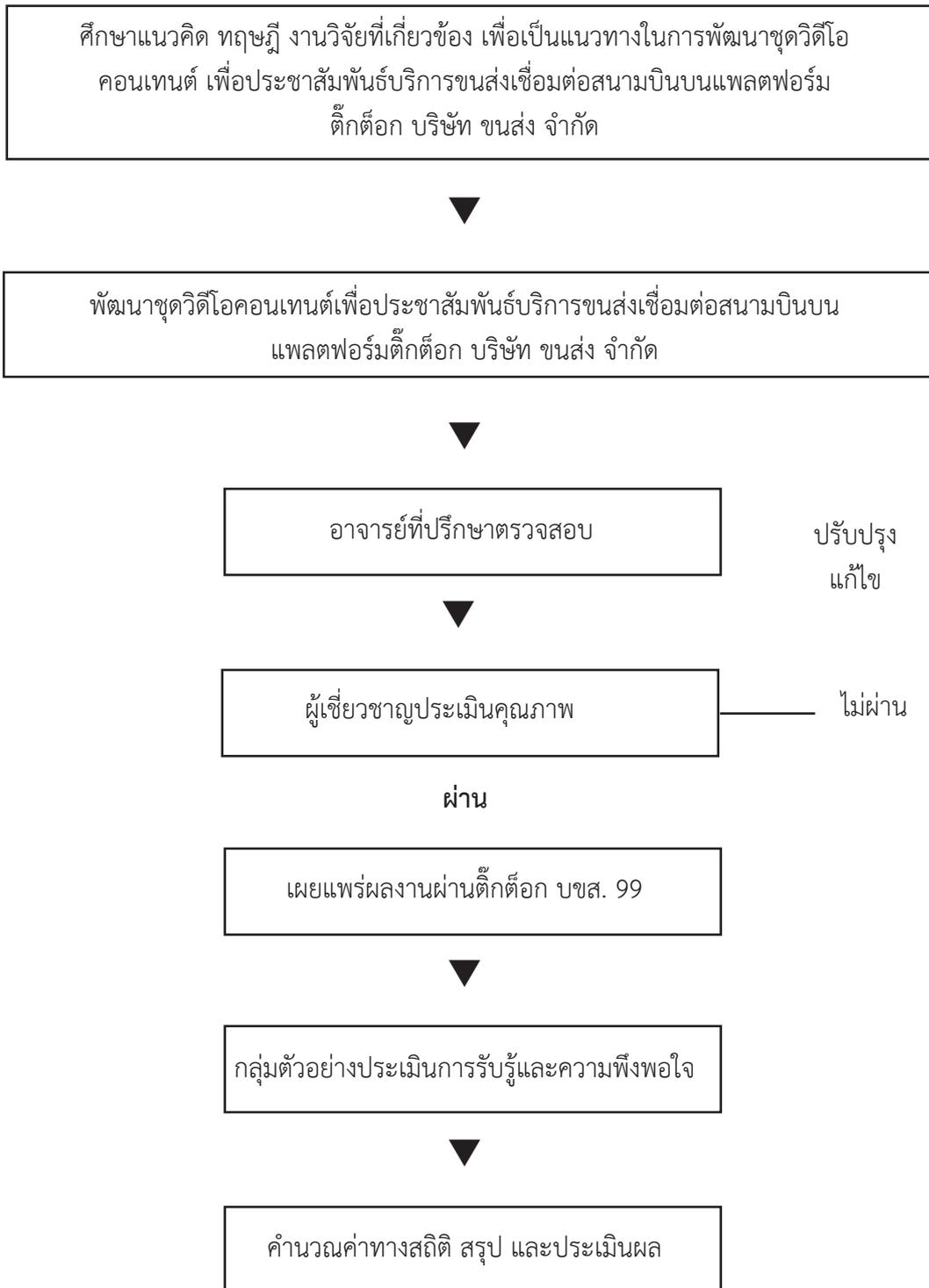
3.2 การออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีการนำเสนอของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด โดยกำหนดการโพสตีในรูปแบบวิดีโอสั้นจำนวน 3 คลิป

3.3 การพัฒนา (Development) นำรูปแบบของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสม

3.4 การนำไปทดลองใช้ (Implementation) ผู้วิจัยนำชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัทขนส่ง จำกัด ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมการประเมินผลการรับรู้และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง

3.5 การประเมินผล (Evaluation) ผู้วิจัยนำผลประเมินที่เก็บรวบรวมมาได้ไปวิเคราะห์ คำนวณทางสถิติ และสรุปผล

4. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ 2 แสดงแผนผังขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากบุคคลที่ติดตาม Tiktok บขส. 99

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวัดจากแบบประเมิน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ย ดังนี้ (อัจฉรีย์ พิมพิมูล, 2563)

4.51 – 5.00	หมายถึง	ดีมาก/มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ดี/มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	น้อยที่สุด



ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด จากการวิจัยพบว่า ได้ออกแบบและพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติ๊กต็อก บขส. 99 จำนวน 3 คลิป โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทางเชื่อมต่อสนามบินดอนเมือง และ สนามบินสุวรรณภูมิ ไปยัง พัทยา และช่องทางการซื้อตั๋วออนไลน์

2. ผลการประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
• ด้านเนื้อหา	3.79	0.72	ดี
• ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบ	4.27	0.78	ดี
• ด้านการประชาสัมพันธ์	4.46	0.72	ดี
ภาพรวม	4.17	0.75	ดี

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติ๊กต็อก บขส. 99 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา พบว่า ผลประเมินโดยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.75) ทั้งนี้พบว่าค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 0.72) รองลงมา คือ ด้านการใช้ภาษาและภาพประกอบ ผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.78) และ ด้านเนื้อหา ผลประเมินอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินคุณภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
• ด้านการออกแบบ	4.55	0.33	ดีมาก
• ด้านภาพ	4.44	0.57	ดี
• ด้านเสียง	4.66	0.34	ดีมาก
• ด้านการนำเสนอ	4.66	0.49	ดีมาก
ภาพรวม	4.57	0.42	ดีมาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติ๊กต็อก บขส. 99 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการนำเสนอ พบว่า ผลการประเมินคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$, S.D. = 0.42) ทั้งนี้พบว่าค่าเฉลี่ยลำดับแรก คือ ด้านการนำเสนอ ผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ด้านเสียง ผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.34) และ ด้านการออกแบบ ผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

3. ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติ๊กต็อก

ตารางที่ 3 ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายการประเมินผลการรับรู้	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับการรับรู้
• รับรู้ว่าบริษัท ขนส่ง จำกัด มีการจัดเส้นทางทาง เดินรถ ท่าอากาศยานดอนเมือง - พัทยา	4.96	0.20	มากที่สุด
• รับรู้ว่าบริษัท ขนส่ง จำกัด มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางออนไลน์	4.86	0.40	มากที่สุด
• รับรู้ว่าการเดินทางมีจุดจอดรถ 4 จุด	4.92	0.27	มากที่สุด
• รับรู้ว่าบริษัท ขนส่ง จำกัด มีรถให้บริการสำหรับ ผู้ที่ต้องการเดินทางไปพัทยา	4.90	0.27	มากที่สุด
• รับรู้ว่า ราคาสำหรับการเดินทางต่อท่านคือเท่าไร	4.86	0.40	มากที่สุด
• รับรู้ว่ามีการจองตั๋วผ่านช่องทางออนไลน์	4.86	0.35	มากที่สุด
• รับรู้ว่าใช้เวลาในการเดินทาง 2 ชั่วโมง	4.96	0.20	มากที่สุด
• รับรู้ว่าจุดจอดเส้นทางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กับท่าอากาศยานดอนเมือง คือจุดเดียวกัน	4.88	0.33	มากที่สุด
• รับรู้ว่า บขส. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่อง ทางออนไลน์อื่น ๆ นอกจากติ๊กต็อก ได้แก่ เฟซบุ๊ก / อินสตาแกรม	4.90	0.30	มากที่สุด
• รับรู้ว่าจุดจำหน่ายตั๋วจากพัทยากลับมาสนามบิน ดอนเมือง - พัทยา คือที่แยกพัทยากลาง ตรงข้าม มูลนิธิพระมหาไถ่	4.94	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.90	0.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด พบว่า มีผลประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นระดับการรับรู้ในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ รับรู้ว่าจุดจำหน่ายตั๋วจากพญาภิรมย์ สนามบินดอนเมือง - พญาภิรมย์ ที่ แยกพญาภิรมย์ ตรงข้ามมูลนิธิพระมหาไถ่ ($\bar{x} = 4.94$, S.D. = 0.24) รองลงมา คือ รับรู้ว่าการเดินทางมีจุดจอดรถ 4 จุด ($\bar{x} = 4.92$, S.D. = 0.27) และรับรู้ว่า บขส. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางออนไลน์อื่น ๆ นอกจากแพลตฟอร์มติ๊กต็อก ได้แก่ เฟซบุ๊ก / อินสตาแกรม ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติ๊กต็อก

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

รายการที่ประเมินความพึงพอใจ	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา			
• เนื้อหามีความถูกต้อง	4.86	0.35	มากที่สุด
• เนื้อหาสั้นกระชับ และเข้าใจง่าย	4.92	0.35	มากที่สุด
• เนื้อหามีความเหมาะสม	4.92	0.27	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.29	มากที่สุด
ด้านภาพ			
• ภาพที่เพิ่มความน่าสนใจ	4.92	0.27	มากที่สุด
• ภาพที่เพิ่มความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.86	0.35	มากที่สุด
• ภาพประกอบสื่อความหมายชัดเจน	4.94	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.29	มากที่สุด
ด้านเสียง			
• เสียงมีความชัดเจน ฟังรู้เรื่อง	4.92	0.27	มากที่สุด
• เสียงมีความชัดเจน และไม่สะดุด	4.88	0.33	มากที่สุด
• เสียงดนตรีประกอบความเหมาะสมเข้ากับเนื้อหา	4.94	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.29	มากที่สุด

รายการที่ประเมินความพึงพอใจ	ผลการวิเคราะห์		
	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการนำเสนอ			
• รูปแบบการนำเสนอ เข้าใจง่าย	4.92	0.27	มากที่สุด
• รูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจ เหมาะสม	4.88	0.33	มากที่สุด
• การนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความเหมาะสมต่อการประชาสัมพันธ์	4.94	0.24	มากที่สุด
ภาพรวม	4.91	0.28	มากที่สุด
สรุปผลการประเมิน	4.91	0.29	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติ๊กต็อก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านภาพ และด้านเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D = 0.29) และค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านการนำเสนอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D = 0.28) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. สรุปผล ผลการวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด จำนวน 3 คลิป หลังจากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านสื่อการนำเสนออยู่ในระดับ ระดับดีมาก ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

2. อภิปรายผล การพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติ๊กต็อก บริษัทขนส่ง จำกัด ดำเนินการออกแบบและพัฒนาโดยอ้างอิงตามแนวคิด ADDIE Model (Untoroseto & Triayudi, 2023) ซึ่งมี 5 ขั้นตอนที่ผ่านการวิจัยมาแล้วจำนวนมาก เหมาะสมในการนำไปใช้ออกแบบและพัฒนาสื่อ ซึ่งดำเนินการออกแบบและพัฒนาโดยสร้างขึ้นตามแนวคิด ADDIE Model มาประยุกต์ใช้ ดังนี้ (1) ขั้นการวิเคราะห์ (Analysis) ศึกษาความต้องการขององค์กรและนำมาปรึกษากับสมาชิกและอาจารย์ที่ปรึกษา (2) ขั้นการออกแบบ (Design) กำหนดรูปแบบและวิธีในการนำเสนอสื่อ (3) ขั้นตอนการพัฒนา (Development) นำรูป

แบบของสื่อเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และทำการปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม จากนั้นนำสื่อไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ และนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป (4) ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) นำสื่อไปเผยแพร่ ผ่านเพจติกต็อก บขส. 99 เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับชมสื่อ และมีความยินดีตอบแบบสอบถาม เพื่อหาข้อบกพร่องและประเมินผล และ (5) ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) นำผลการประเมินที่ได้ไปวิเคราะห์คำนวณทางสถิติและสรุปผล ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมีความน่าสนใจ ทันสมัย และสื่อความหมายชัดเจน เช่นเดียวกับชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติกต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ที่ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบของ ADDIE Model ทำให้สื่อออกมามีความสมบูรณ์ทั้งในด้านของเนื้อหาที่เข้าใจง่ายและมีการนำเสนอที่โดดเด่น

ผลการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาของชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มติกต็อก บริษัท ขนส่ง จำกัด ลงติกต็อก บขส. 99 โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.75) และผลการประเมินคุณภาพด้านสื่อการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$, S.D. = 0.42) ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแบบชุดวิดีโอคอนเทนต์ ทำให้สื่อมีความกระชับ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่สวยงาม สอดคล้องกับเนื้อหา อีกทั้งยังมีการรับข้อมูลจากผู้ที่ได้รับผิดชอบงานโดยตรง ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วน ภาพและเสียงชัดเจนไม่มีสะดุด เสียงดนตรีประกอบเข้ากับเนื้อหา ความดังอยู่ในระดับพอดี เพื่อการประชาสัมพันธ์ในกับองค์กร บริษัท ขนส่ง จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thamwipat et al. (2024) ซึ่งได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาและประเมินคลิปวีวียอดนักศึกษาศึกษาเพื่อการสำหรับโครงการเยียวยาจิตใจวัยรุ่นบนแพลตฟอร์มติกต็อก โดยใช้กระบวนการพัฒนาแบบ ADDIE Model เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยคลิปวีวีย แบบประเมินคุณภาพการรับรู้ และความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาจากภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าคลิปวีวียจำนวน 4 คลิป ที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญว่ามีผลประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อนำเสนอในระดับดีมาก ขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้และความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Diyen et al. (2021) ซึ่งได้ทำวิจัยเพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพของแหล่งเรียนรู้เชิงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการรับรู้ตำบลบางจาน จังหวัดเพชรบุรี ผ่านแนวทางพระพุทธศาสนา โดยใช้กระบวนการพัฒนาแบบ ADDIE Model ผลการวิจัยพบว่า แหล่งเรียนรู้และเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สร้างขึ้นได้รับการประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและด้านสื่อนำเสนอผ่านสื่อมีคุณภาพในระดับดีมาก มีผลประเมินการรับรู้ และความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ยังมีข้อสังเกตว่าในการออกแบบสื่อควรคำนึงถึงหลักการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์ให้มีลักษณะอ่านง่าย และชัดเจน นอกจากด้านภาพแล้ว ยังต้องคำนึงด้านเสียง ได้แก่ เสียงบรรยายและเสียงดนตรีประกอบ ระดับความดังพอดีต่อการรับฟัง เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้รับผลประเมินด้านสื่อการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ด้านเสียง มีคุณภาพระดับดีมาก ทำให้เมื่อนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจึงมีความพึงพอใจในการนำเสนอของชุดวิดีโอที่พัฒนาขึ้น ผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบน

แพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด พบว่า มีผลประเมินการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.90$, S.D. = 0.30) และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด พบว่า มีผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$, S.D. = 0.29) เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เนื่องจากชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด มีการออกแบบวิดีโอคอนเทนต์โดยผ่านการนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่น่าสนใจ เสียงบรรยายมีความเหมาะสม สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้และพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการนำเสนอได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังสือเรื่อง Emergency Couple โดย พรปภัสสร ปริญาญกุล และคณะ (2567) พบว่า มีผลการประเมินการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ในการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ดังกล่าว มีการส่งเสริมการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมและสร้างความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทำให้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อออกไปได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ประกอบกับมีกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suwansupa et al. (2025) ซึ่งพัฒนาและประเมินคุณภาพของภาพยนตร์สั้นแบบอินเทอร์แอคทีฟร่วมกับกิจกรรมออนไลน์โดยประยุกต์ใช้ GROW Model เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ก่อนออกฝึกงาน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการวิจัยพบว่า สื่อภาพยนตร์สั้นที่พัฒนาขึ้นมีความยาว 15 นาที และมีกิจกรรมออนไลน์ โดยผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านสื่อการนำเสนอ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของนักศึกษา ก่อนและหลังรับชมสื่อ พบว่าการรับรู้ของนักศึกษาหลังรับชมสื่อและทำกิจกรรมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อและกิจกรรมออนไลน์อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าสื่อและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเตรียมความพร้อมนักศึกษา ก่อนฝึกงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้มีข้อสังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบสื่อวิดีโอในรูปแบบต่าง ๆ เพราะมีภาพ เสียง เอฟเฟกต์ต่าง ๆ ประกอบกับการใช้เทคนิคการเล่าเรื่องที่มีการประยุกต์ใช้แนวคิด GROW Model เข้าไปทำให้เสริมสร้างการรับรู้และความพึงพอใจแก่ผู้ชมในระดับมาก เหล่านี้คือสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ควรดำเนินการทั้งการออกแบบและการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์ประเภทวิดีโอสั้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของหน่วยงาน จะสามารถเสริมสร้างการรับรู้และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายขององค์กรได้เป็นอย่างดี โดย บริษัท ขนส่ง จำกัด ต้องการประชาสัมพันธ์ช่องทางการซื้อตั๋วโดยสารออนไลน์ และสอนวิธีใช้ เพื่อความสะดวก และเข้าถึงง่ายของผู้โดยสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และประชาสัมพันธ์การเดินทางในเส้นทางที่เปิดใหม่ ในการแข่งขันทางคมนาคมในยุคปัจจุบันทำให้ต้องปรับตัวและเปิดรับช่องทางบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น บริษัท ขนส่ง จำกัด มีฐานผู้ชมจำนวนมากอยู่แล้ว จึงควรนำเสนอวิดีโอคอนเทนต์เพื่อเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของหน่วยงานเพื่อเพิ่มการเข้าถึงของผู้ชมทุกช่วงวัย ทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรที่รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

การเผยแพร่ชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งเชื่อมต่อสนามบินบนแพลตฟอร์มดิจิทัล บริษัท ขนส่ง จำกัด ที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรที่ต้องการเพิ่มคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มดิจิทัลซึ่งเพิ่งเปิดขึ้นใหม่ ดังนั้นหน่วยงานสามารถนำคอนเทนต์ที่ผลิตขึ้นไปเผยแพร่ต่อไปยังช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสามารถส่งสารไปยังผู้ชมที่ต้องการข่าวสารจากทางองค์กร เช่น อินสตาแกรม และ เฟซบุ๊ก เพื่อขยายฐานผู้ชมให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแนวทางและพัฒนาชุดดิจิทัลคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องมาใช้ในการพัฒนาชุดวิดีโอคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริการขนส่งช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ในรอบปีบนแพลตฟอร์มออนไลน์ บริษัท ขนส่ง จำกัด เพื่อเชื่อมโยงให้เห็น โดยทำคอนเทนต์แนะนำเส้นทางต่าง ๆ เพื่อเชื่อมมาถึงเส้นทางใหม่ที่จะเปิดให้บริการของหน่วยงาน ด้วยกลยุทธ์การวางคอนเทนต์ตามเทศกาลสำคัญดังกล่าว จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้เดินทางได้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ระบบออนไลน์

- กรรณิการ์ สมาจาร. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดูคอนเทนต์ท่องเที่ยวบนยูทูบ*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4491>
- กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, พรปภัสสร ปริญญาญกุล, เตชิต เสาะแสวง, และ ธนกร มนตรีพิศุทธิ์. (2566). การพัฒนาวิดีโอคอนเทนต์โดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Feature Advantage Benefit เพื่อการประชาสัมพันธ์รายการ 9th Stadium. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก*, 3(1), 53-66. สืบค้นจาก <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSCI/article/view/249894>
- จังหวัดชลบุรี. (2565). *ข้อมูลการเดินทาง*. สืบค้นจาก https://www.chonburi.go.th/travel_guide/detail/5/data.html
- พรปภัสสร ปริญญาญกุล, กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์, ณัฐริณีย์ เรืองเวชมงคล, น้ำทิพย์ จันทสร, และ ภาคิน แสงอรุณ. (2567). การพัฒนาชุดคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์หนังสือเรื่อง Emergency Couple. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 23(2), 218-223. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/article/view/277161/184168>

- สรินทร์ทิพย์ กลิ่นอุบล. (2557). แนวคิด ทฤษฎีการพัฒนานวัตกรรมการ Borg Model. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/558911>
- สุธัญญา กฤตาคม. (2564). กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น. *Journal of Modern Learning Development*. 6(5), 261-273. สืบค้นจาก [https://flas.reru.ac.th/instructor/research/65c330b0c6f55ตีพิมพ์%20กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น%20\(64\).pdf](https://flas.reru.ac.th/instructor/research/65c330b0c6f55ตีพิมพ์%20กรอบแนวคิดการศึกษาการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น%20(64).pdf)
- อรรณวิท รักษารัฐ. (2567). รายงานประจำปี บริษัท ขนส่ง จำกัด. สืบค้นจาก <http://www.transport.co.th/index.php/th/2014-12-16-04-22-20/รายงานประจำปี/2.html>
- อัจนริย์ พิมพิมูล. (2563). การพัฒนาแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาชั้นตอนวิธีและการเขียนโปรแกรม. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 31(2), 12-26. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/view/244352/165616>
- borkorsor99บขส.99. (2568, 28 กุมภาพันธ์). จอจั่วบขส.ออนไลน์ [วิดีโอ]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@borkorsor99/video/7490769556756057351>
- Diyen, N., Thamwipat, K., & Princhankol, P. (2021). The Development of an Interactive Learning Resource along with Contents on a Social Network to Promote Bangchan Subdistrict of Petchaburi Province through the Way of Buddhism. *International Education Studies*, 14(6), 1–11. Retrieved from <https://ccsenet.org/journal/index.php/ies/article/view/0/45227>
- Fillgoods. (2565). ตอบข้อสงสัย tiktok คืออะไร ทำไม่อยู่ดี ๆ ถึงเป็นแพลตฟอร์มมาแรง. สืบค้นจาก <https://fillgoods.co/blog/ตอบข้อสงสัย-TikTok-คืออะไรทำไม>
- Sitvisut Anantnakarakul. (2565). วิดีโอคอนเทนต์ คืออะไร. สืบค้นจาก <https://www.primal.co.th/th/marketing/what-is-video-content/>
- Suwansupa, I., Wongdee, P., Supinanont, P., & Thamwipat, K. (2025). Interactive Short Films and Online Activities Using the Grow Model to Guide Senior Students. *Arts and Social Sciences Studies*, 24(3), 838–850. Retrieved from <https://doi.org/10.69598/hasss.24.3.270911>
- 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://www.redfame.com/journal/index.php/smc/article/view/6896>
- Untoroseto, D., & Triayudi, A. (2023). Analysis of Blended Learning Development in Distance Learning in Variation of Borg & Gall and ADDIE Models. *Journal La Multiapp*, 4(6), 231-242. Retrieved from <https://doi.org/10.37899/journala-multiapp.v4i6.973>