

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

โครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

ของ

สุวดา คำเห็น

ปาริชาติ วงศรีลา

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปีการศึกษา 2569

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

โครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ของ
สุวดา คำเห็น
ปาริชาติ วงศรีลา

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ปีการศึกษา 2569



ใบรับรองโครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หัวข้อโครงงาน	การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK	
ชื่อผู้จัดทำโครงงาน	นางสาวสุวดา คำเห็น	รหัสนักศึกษา 66107426124
	นางสาวปาริชาติ วงศรีลา	รหัสนักศึกษา 66107426129
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต	
สาขาวิชา	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงงาน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง	
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2569	

คณะกรรมการสอบโครงงานคอมพิวเตอร์

..... ประธานสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภมิตร บุญทา)

..... กรรมการสอบ
(อาจารย์นาฎลดา เรืองชาญ)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง)
ประธานหลักสูตร

.....
(อาจารย์นาฎลดา เรืองชาญ)
ประธานสาขาวิชา

เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2569

หัวข้อโครงงาน การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
ชื่อผู้จัดทำโตรงงาน นางสาวสุวดา คำเห็น รหัสนักศึกษา 66107426124
นางสาวปาริชาติ วงศรีลา รหัสนักศึกษา 66107426129
ปริญญา บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง
ปีที่สำเร็จการศึกษา 2569

บทคัดย่อ

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK 2) เพื่อประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน จำนวน 430 คน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาและเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินคุณภาพของสื่อ และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation :S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาพรวมการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TikTok มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.98, S.D.= 0.35)

2. ภาพรวมความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TikTok มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.64, S.D.=0.63)

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

กิตติกรรมประกาศ

โครงงานเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงงาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นชัย สมปอง และอาจารย์ในสาขาวิชาที่ ได้ให้คำปรึกษาและคอยชี้แนะในการศึกษาค้นคว้า แนะนำขั้นตอนและวิธีจัดทำโครงงาน ตลอดจนข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การอุปการะอบรมเลี้ยงดู ตลอดจนส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังเป็นอย่างดี อีกทั้งขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา และขอขอบคุณร้านปากหม้อปารีส ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลแก่ผู้จัดทำโครงงาน ทำให้สามารถพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ได้ครบถ้วน ตามขอบเขต จนกระทั่งโครงงานฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุวดา คำเห็น
ปาริชาติ วงศรีลา

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ 2
ขอบเขต 2
เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ 4
ขั้นตอนการดำเนินงาน 5
ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 6
นิยามศัพท์เฉพาะ 6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7
ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ 7
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับ TIKTOK 8
ลักษณะกลุ่มผู้ใช้ TIKTOK 9
เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 11
ปากหม้อปารีส 14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 16
3 วิธีดำเนินงาน 22
ศึกษาข้อมูลหน่วยงาน 22
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 23
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 24
วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ 24
การวิเคราะห์ข้อมูล 25
การวางแผนและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ 25
สคริปต์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 26
การประเมินผล 35

สารบัญ (ต่อ)

4 ผลการพัฒนาโครงการ 36
ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ 36
ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์บนติ๊กต๊อก 56
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 58
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ 68
สรุปผลการดำเนินงาน 68
สรุปผลและอภิปรายผลการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ 69
ข้อจำกัดของสื่อประชาสัมพันธ์ 76
ข้อเสนอแนะ 76
บรรณานุกรม 77
ภาคผนวก 78
ภาคผนวก ก ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 79
ภาคผนวก ข แบบประเมินที่ใช้ในวิจัย 80
ประวัติผู้จัดทำโครงงาน 93

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน	5
2	เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของ TIKTOK ในแต่ละด้าน	10
3	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 1	26
4	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 2	27
5	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 3	28
6	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 4	28
7	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 5	29
8	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 6	31
9	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 7	33
10	สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 8	34
11	คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส	36
12	คลิปที่ 2 แนะนำเมนูปากหม้อธรรมดา	38
13	คลิปที่ 3 แนะนำเมนูข้าวเกรียบใส่ไข่	40
14	คลิปที่ 4 แนะนำเมนูอาหารย่อย	42
15	คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ	44
16	คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน	49
17	คลิปที่ 7 ราคาของปากหม้อ	52
18	คลิปที่ 8 ประโยชน์ของปากหม้อ	53
19	แสดงผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์บนติ๊กตอก	56
20	แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินคุณภาพ	59
21	ระดับคุณภาพ	60
22	เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยคุณภาพ	60
23	ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์	61
24	ค่าเฉลี่ยรวมแต่ละด้านคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์	63
25	แสดงค่าจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินความพึงพอใจ	63

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ 64
27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 64
28 ระดับความพึงพอใจ 65
29 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 65
30 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์สื่อประชาสัมพันธ์ 65
31 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ 67
32 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK 69
33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์
ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK 72

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 แสดง TIKTOK 9
2 แสดง Capcut 12
3 แสดง Iphone 12 13
4 แสดง Notebook Acer Nitro 5 13
5 แสดงหน้าร้านปากหม้อปารีสจังหวัดสกลนคร 14
6 แสดงสินค้า 1 ปากหม้อธรรมดา 14
7 แสดงสินค้า 2 ข้าวเกรียบใส่ไข่ 15
8 แสดงสินค้า 3 หมูยอ 15
9 แสดงสินค้า 4 ไข่ดาว 15
10 แสดงสินค้า 5 ไข่พับ 15
11 แสดงสินค้า 6 ไข่ม้วน 16

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน สื่อประชาสัมพันธ์ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารและข้อมูลไปยังผู้บริโภคอย่างมีคุณภาพ ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ คือ การทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายรับรู้และเข้าใจ (อรุณรัตน์ ชินวรณ์, 2560) การประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ จึงช่วยสร้างการรับรู้ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจของผู้บริโภคในยุคที่การแข่งขันทางการตลาดมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น และปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญและแพร่หลายอย่างมากต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้คน เนื่องจากเป็นเครือข่ายสื่อสารขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกันได้ทั่วโลก ช่วยให้การส่งต่อข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และมีต้นทุนต่ำ อีกทั้งผู้ใช้ยังสามารถเป็นทั้ง “ผู้รับสาร” และ “ผู้ผลิตสาร” ได้ในเวลาเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์จึงถูกมองว่าเป็นเครื่องมือทางดิจิทัลที่ช่วยส่งเสริมการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคสูง (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2562) ส่งผลให้หลายองค์กรและผู้ประกอบการหันมาใช้สื่อออนไลน์ในการขยายฐานลูกค้าและสร้างความรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์อย่างกว้างขวาง

ร้านปากหม้อปารีส ตำบลธาตุเชิงชุม ตั้งอยู่ที่ 1588/5 ถนนเปรมปรีดา อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร เป็นร้านอาหารที่สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน โดยหนึ่งในผลิตภัณฑ์และบริการที่มีชื่อเสียง คือ ร้าน “ปากหม้อปารีส” ร้านอาหารท้องถิ่นที่เปิดให้บริการมากว่าสองทศวรรษ โดดเด่นด้วยเมนู ข้าวเกรียบปากหม้อสูตรดั้งเดิม ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็น “ตำนานอาหารคู่เมืองสกลนคร” และเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดสกลนคร แม้ว่าผลิตภัณฑ์และอาหารของกลุ่มจะมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ปัญหาสำคัญที่พบ คือ กลุ่มยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ขาดช่องทางในการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ส่งผลให้การรับรู้ของผู้บริโภคยังมีจำกัด และไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างเพียงพอ

จากปัญหาดังกล่าว ผู้จัดทำโครงงานจึงมีแนวคิดในการพัฒนาและจัดทำ สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส จังหวัดสกลนคร ตำบลธาตุเชิงชุม ผ่านแพลตฟอร์ม TIKTOK ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน และเหมาะสมสำหรับการนำเสนอเนื้อหาที่มีความทันสมัย กระชับ เข้าใจง่าย และมีโอกาสเข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก การจัดทำสื่อ

ประชาสัมพันธ์ผ่าน TIKTOK จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจ เพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภค กระตุ้นความสนใจจากนักท่องเที่ยว รวมทั้งช่วยให้ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นของชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การใช้สื่อออนไลน์ยังเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่นิยมเสพสื่อในรูปแบบวิดีโอสั้น การนำเสนอด้วยภาพ เสียง และเรื่องราว (Storytelling) ซึ่งช่วยให้สามารถสื่อสารเอกลักษณ์ ความเป็นท้องถิ่น และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีคุณภาพ การดำเนินโครงงานนี้จึงไม่เพียงช่วยเพิ่มการมองเห็น (Visibility) ของร้านปากหม้อเท่านั้น แต่ยังเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสกลนครอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
2. เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ขอบเขต

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK สามารถจำแนกขอบเขตดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ลูกค้า/คนในชุมชน (ผู้ที่มาใช้บริการ/ซื้อสินค้าที่ร้าน ปากหม้อปารีส ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร)

1.2 ประชากรในตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 14,762 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 กลุ่มตัวอย่างประชากรตำบลธาตุเชิงชุม โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973: อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์, 2553)
ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวนตัวอย่างที่ได้คือ 430 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

เครื่องมือและเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK และความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีต่อปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK เป็นแบบสอบถามประมาณค่าและแบบปลายเปิด เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส ผ่านสื่อ TIKTOK จำนวน 8 คลิป

1. แนะนำร้านปากหม้อปารีส
2. แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา
3. แนะนำเมนู ข้าวเกรียบ ใส่ไข่
4. แนะนำเมนูอาหารย่อย
5. วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ
6. ที่มาของร้านปากหม้อปารีส
7. แนะนำราคาของปากหม้อ
8. ประโยชน์ของปากหม้อ

ขอบเขตด้านการผลิต

แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre-production)
    1.1 หาข้อมูล
    1.2 สำรวจพื้นที่
    1.3 วางแผนการสร้างช่อง TIKTOK และสื่อประชาสัมพันธ์
    1.4 ออกแบบรูปโลโก้ร้านและชื่อช่อง TIKTOK
    1.5 เตรียมสคลิปต์สื่อประชาสัมพันธ์
2. ขั้นตอนการผลิต (Production)
    2.1 สร้างช่อง TIKTOK
    2.2 ลงพื้นที่ถ่ายทำ
    2.3 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
        2.3.1 ใช้โปรแกรม Capcut ในการตัดต่อวิดิโอ
        2.3.2 การเสนอเสียงบรรยายและบทสัมภาษณ์ประกอบ

2.3.3 นำเอาเทคโนโลยีมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้ร่วมด้วย ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ เสียง และข้อความ

2.4 การผลิตสื่อรูปภาพ

2.4.1 ผสมผสานองค์ประกอบมัลติมีเดีย โดยการนำเอาข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เข้าไปเป็นองค์ประกอบเพื่อการสื่อสาร ได้แก่ ข้อความ

2.5 ลำดับภาพ

3. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

เมื่อพัฒนาเสร็จแล้วสามารถนำเสนอในรูปแบบไฟล์ AVI, MP4, FLV, JPG แล้วอัพโหลดลงแพลตฟอร์ม TIKTOK และนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยความยาว 0:31 – 3 นาที จำนวน 8 คลิป

เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ

ด้านฮาร์ดแวร์

ประกอบไปด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. กล้องโทรศัพท์ iphone 12 มีคุณสมบัติ ดังนี้

1.1 ความละเอียด 2532 × 1170 พิกเซล ที่ 460 ppi

1.2 ถ่ายวิดีโอระบบ จอภาพ Multi-Touch ไวด์สกรีน แบบ OLED ขนาด 6.1 นิ้ว

1.3 ถ่ายวิดีโอไทม์แลปส์ พร้อมระบบป้องกันภาพสั่นไหว

1.4 ซูมออกแบบออปติคอล 2 เท่า และซูมดิจิตอลได้สูงสุด 3 เท่า

2. คอมพิวเตอร์โน๊ตบุ๊ค Acer Notebook Desktop-35C50FE มีคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 CPU: Intel Core i5-10300H

2.2 RAM: 8x2 GB DDR4 SO-DIMM

2.3 512GB SSD M.2 NVMe PCIe 3.0

ด้านซอฟต์แวร์

ประกอบด้วยซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ดังนี้

1. โปรแกรม Capcut ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ

2. โปรแกรม TIKTOK ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วิดีโอคลิปให้ประชาชนทั่วไปได้รับชมอย่างกว้างขวาง

ขั้นตอนการดำเนินงาน

แบ่งการดำเนินงาน ซึ่งมีทั้งหมด 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. นำเสนอหัวข้อต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
2. ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre-production)
3. ขั้นตอนการผลิต (Production)
4. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)
5. ทดสอบ
6. นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ
7. จัดทำเอกสาร

ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 1 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน

วิธีการดำเนินงาน	พ.ศ.2568		พ.ศ.2569							
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
1. นำเสนอหัวข้อต่ออาจารย์ที่ปรึกษา	←	→								
2. ขั้นตอนก่อนผลิต (Pre-production)			←	→						
3. ขั้นตอนการผลิต (Production)				←	→	→				
4. ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)						←	→			
5. ทดสอบ							←	→		
6. นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ								←	→	
7. จัดทำเอกสาร									←	→

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ส่งเสริมร้านปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
2. ได้เผยแพร่ข้อมูลของปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ให้เป็นที่รู้จัก
3. ได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
4. ได้ผลการประเมินประคุณภาพของปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
5. ได้ผลการประเมินความพึงพอใจของปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK หมายถึง ผ่านแพลตฟอร์ม TIKTOK ที่ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการขายสินค้าออนไลน์ให้กับร้านปากหม้อปารีส จังหวัดสกลนคร

2. สินค้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจาก ปากหม้อ ซึ่งเป็นอาหารที่ทำโดยการผสมแป้งข้าวเจ้าและแป้งมันสำปะหลังให้เข้ากันแล้วนึ่งเป็นแผ่นบาง พร้อมใส่ไส้ที่ปรุงรสต่าง ๆ จากนั้นนำมาห่อและเสิร์ฟคู่กับเครื่องเคียงหรือน้ำจิ้ม สามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อบริโภคหรือจำหน่าย เช่น ปากหม้อสด แป้งผสมสำเร็จรูปสำหรับทำ
ปากหม้อ และน้ำจิ้มข้าวปากหม้อ เป็นต้น

3. คุณภาพของแพลตฟอร์ม TIKTOK หมายถึง ระดับคุณภาพของแพลตฟอร์ม TIKTOK ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ที่พัฒนาขึ้น จากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

4. ความพึงพอใจต่อแพลตฟอร์ม TIKTOK หมายถึง ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการเข้าชมปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ที่พัฒนาขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK คณะผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลและทฤษฎี รวมถึงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหรือช่องทางที่ใช้ติดต่อสื่อสารจากองค์กรสู่ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม เพื่อช่วยสร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่าง องค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในปัจจุบันสื่อกลางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์มีหลายรูปแบบ อันเนื่องจากมาเทคโนโลยีที่มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อได้ (ชญาภรณ์ ลาลุน, 2567)

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการบริหารจัดการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ องค์กร ผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อให้ชุมชน กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผู้ได้เสียต่าง ๆ มีความเข้าใจในกิจกรรมและการดำเนินงานขององค์กร จนเกิดทัศคติที่ดี และให้การยอมรับ การเผยแพร่ข่าว เป็นการสื่อสารความเคลื่อนไหวขององค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือนำเสนอความคิดเห็น (วรัช ลภิรัตนกุล, 2563)

สื่อประชาสัมพันธ์ คือ หนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลายอันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ (ธนาทิพย์ วงศ์วิริยะ, 2558)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 6 ประเภทคือประเภท (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2564)

1. การสื่อสารระดับตัวเอง (Intrapersonal Communication) การสื่อสารที่เกิดขึ้นกับตัวเองหรือการพูดคุยกับตัวเอง ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งการคิด การวิเคราะห์ การตัดสินใจทำอะไรบางอย่าง โดยทั้งหมดจะเป็นการตัดสินใจและตีความหมายด้วยตัวเองทั้งสิ้น

2. การสื่อสารระดับบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารที่เกิดขึ้น ระหว่างคนสองคนขึ้นไปหรืออาจเรียกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร การตั้งคำถาม การแบ่งปันแนวคิด ปรึกษาหารือประเด็นต่าง ๆ ซึ่งในการสื่อสารระดับนี้ จะทำให้เกิดการไว้เนื้อเชื่อใจกัน สามารถนำประเด็นการสื่อสารไปสนับสนุนแนวคิดของตนเอง และอาจลดความกังวลในเรื่องบางอย่างได้เช่นกัน

3. การสื่อสารระดับกลุ่มย่อย การสื่อสารในระดับนี้จะมีประสิทธิภาพค่อนข้างมากที่ เน้นความสัมพันธ์ในการทำงานเน้นการปรึกษาเสนอความคิดเห็นเพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดซึ่งส่งผล ต่อทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวต่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบรรยากาศในการทำงานเน้นการ ทำงานในรูปแบบเสมอภาคเท่าเทียมกัน

4. การสื่อสารระดับเทคโนโลยีการสื่อสารที่นำเอาเครื่องมือต่าง ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้การสื่อสารง่ายและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยผู้ใช้เทคโนโลยีนั้นต้องมีความเข้าใจในเครื่องมือต่าง ๆ เป็นอย่างดี และรู้ว่าเทคโนโลยีไหนเหมาะกับอะไรและควรสื่อสารในรูปแบบใดกับคนกลุ่มใด เช่น การใช้โทรศัพท์ อีเมล์ แชท เป็นต้น

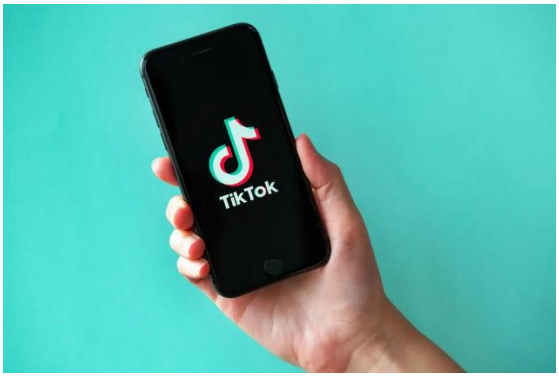
5. การสื่อสารระดับชุมชน (Public Communication) การสื่อสารที่มีผู้รับข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมาก ซึ่งแน่นอนว่ามีจำนวนคนที่มากกว่าการสื่อสารกลุ่มย่อยโดยอาจเป็นได้ในรูปแบบกลุ่มคนในหมู่บ้าน ชุมชนในพื้นที่ กลุ่มคนในตำบล หรือท้องถิ่นต่าง ๆ และมักจะเกิดขึ้นเนื่องในโอกาสพิเศษที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างบ่อยครั้งนัก อาจเป็นการแจ้งประกาศต่าง ๆ หรือเหตุการณ์พิเศษเฉพาะกิจบางอย่าง เพื่อส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมให้คล้อยตามกัน

6. การสื่อสารระดับมวลชน (Mass Communication) การสื่อสารที่อาศัยสื่อกลาง เป็นจำนวนมากในการเป็นตัวกลางเพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเป้าหมายของ การสื่อสารนั้นถึงขั้นระดับประเทศแบบไม่จำกัดเลยก็ว่าได้ โดยส่วนใหญ่จะสื่อสารผ่านทาง โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือในปัจจุบันก็เป็นช่องทางออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ

ทฤษฎีเกี่ยวกับติ๊กต๊อก (TIKTOK)

การใช้แอปพลิเคชัน TIKTOK มากกว่า 10 ครั้ง/วัน ในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. สอดคล้องกับ (เกสริน ขันธจีรวัฒน์, 2564) ที่ว่าชาวไทยและชาวจีนใช้แอปพลิเคชั่น TIKTOK ช่วง

ค่ำ 18.01-22.00 น. และ (เสกสรร สายสีสด, 2564) ที่ว่านักเรียนนักศึกษาในเขตอุดรธานีเลือกชม วิดิโอ TIKTOK ช่วงเวลา20.00-00.00 น. มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลารับชมคลิปต่าง ๆ จากแอปพลิเคชัน Tik Tok วันละ 1-3 ชั่วโมง มากที่สุดซึ่งแตกต่างอย่างเล็กน้อย (พลพงศ์ นกน้อย, 2563)



ภาพประกอบ 1 แสดง TIKTOK
ที่มา : https://www.tiktok.com/th-TH

ลักษณะของกลุ่มผู้ใช้ TIKTOK

กลุ่มผู้ใช้ TIKTOK มีความหลากหลายเนื่องจากแพลตฟอร์มนี้ดึงดูดผู้คนจากหลายวัย หลายวัฒนธรรม และความสนใจที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม เราสามารถแบ่งกลุ่มผู้ใช้ออกเป็นลักษณะเด่น ๆ ได้ 4 กลุ่มดังนี้:

1. กลุ่มผู้สร้างเนื้อหา (Content Creators)
2. กลุ่มผู้ชมและผู้ติดตาม (Viewers and Followers)
3. กลุ่มธุรกิจและนักการตลาด (Businesses and Marketers)
4. กลุ่มผู้ใช้ที่สร้างเนื้อหาสนุกแบบชั่วคราว (Casual Creators)

บทบาทของ TIKTOK กับการโฆษณา

TIKTOK ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีบทบาทสำคัญในการโฆษณา เนื่องจากลักษณะของแพลตฟอร์มที่เน้นความสร้างสรรค์และความสนุกสนาน ซึ่งดึงดูดผู้ใช้งานหลากหลายวัย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีคุณภาพ

1. การสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness)
2. การโปรโมตสินค้าและบริการ (Product Promotion)
3. การใช้ครีเอเตอร์และอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer Marketing)
4. การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ (Targeting New Audiences)

ข้อดีของ TIKTOK

TIKTOK เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่โดดเด่นในด้านการสร้างคอนเทนต์สั้นๆ ที่สนุกสนานและสร้างสรรค์ มีข้อดีหลายประการที่ช่วยให้ได้รับความนิยมทั่วโลก กลุ่มดังนี้:

1. สร้างสรรค์เนื้อหาได้ง่าย (Ease of Content Creation)
2. เข้าถึงผู้ชมจำนวนมาก (Massive Audience Reach)
3. สร้างกระแสไวรัลได้ง่าย (Viral Potential)
4. เป็นเครื่องมือสำหรับธุรกิจและการตลาด (Business and Marketing Tool)

ข้อเสียของ TIKTOK

TIKTOK เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูงและมีข้อดีมากมาย แต่ก็มีข้อเสียที่ควรพิจารณาเช่นกัน โดยเฉพาะในด้านผลกระทบต่อผู้ใช้งานและสังคม

1. ใช้เวลามากเกินไป (Time-Consuming)
2. เนื้อหาที่ไม่เหมาะสม (Inappropriate Content)
3. ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย (Privacy and Security Concerns)
4. ส่งเสริมพฤติกรรมเลียนแบบ (Encouraging Imitative Behaviors)

ตาราง 2 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของ TIKTOK ในแต่ละด้าน

ความสามารถแต่ละด้าน	ข้อดี	ข้อเสีย
ด้านความบันเทิงและความคิดสร้างสรรค์	1. TIKTOK มีเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้สร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ได้ง่าย 2. ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผ่านวิดีโอสั้นและชาเลนจ์ต่างๆ 3.สามารถเข้าถึงคนได้ง่ายกว่า	1. ผู้ใช้บางคนอาจสร้างเนื้อหาที่เลียนแบบกันจนขาดความแปลกใหม่ 2. เนื้อหาที่สร้างขึ้นบางครั้งอาจไม่เหมาะสมหรือมีอิทธิพลด้านลบ
ด้านการใช้เวลา	1. TIKTOK มอบความสนุกและการผ่อนคลายให้ผู้ใช้งานในช่วงเวลาสั้นๆ 2. ช่วยลดความเครียดและให้ ความบันเทิงที่เข้าถึงง่าย	1. ผู้ใช้มักเสียเวลาไปกับการเลื่อนดูคอนเทนต์มากกว่าที่ตั้งใจ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานหรือการเรียน

ตาราง 2 เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของ TIKTOK ในแต่ละด้าน (ต่อ)

ความสามารถแต่ละด้าน	ข้อดี	ข้อเสีย
ด้านการตลาดและธุรกิจ	1.แบรนด์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างและตรงจุดผ่านอินฟลูเอนเซอร์หรือโฆษณา 2. ระบบอัลกอริทึมช่วยโปรโมตคอนเทนต์ไปยังผู้ที่สนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1. การแข่งขันในแพลตฟอร์มสูง อาจทำให้ธุรกิจขนาดเล็กต้องใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อให้โดดเด่น 2. หากใช้คอนเทนต์ไม่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อภาพลักษณ์แบรนด์
ด้านผลกระทบต่อเยาวชนและสังคม	1. เป็นพื้นที่สำหรับเยาวชนในการแสดงออกและแลกเปลี่ยนความคิด 2. สนับสนุนการเรียนรู้ผ่านคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ เช่น การสอนทำอาหารหรือการให้คำแนะนำในชีวิตประจำวัน	1. อาจทำให้เยาวชนรับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือเลียนแบบพฤติกรรมเสี่ยงจากคอนเทนต์ไม่เหมาะสม 2. ความกดดันจากการเปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นในแง่ของความนิยม (จำนวนไลก์หรือผู้ติดตาม

เครื่องมือใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

กล้องโทรศัพท์มือถือ Iphone เป็นเครื่องมือผลิตสื่อและจัดการเนื้อหาวิดีโอ และเป็นโทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถใช้งาน อินเทอร์เน็ตและ มัลติมีเดีย ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัทแอปเปิล

คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก Acer Notebook เครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก หรือขนาดพกพา เพราะสามารถพกพาติดตัวไปไหน ๆ ได้สะดวก ใช้ได้ทั้งกับไฟบ้านและแบตเตอรี่ น้ำหนักไม่ถึง 2 กิโลกรัม ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมมากมีความหมายเหมือน notepad computer

CapCut

CapCut คือ แอปพลิเคชั่นสำหรับการตัดต่อวิดีโอที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้ใช้งานมือถือ โดยมีเครื่องมือและฟังก์ชันที่ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการตัดต่อวิดีโอให้สวยงามและมีความสร้างสรรค์ เช่น การใส่เอฟเฟกต์, ฟิลเตอร์, เพลงประกอบ และการตัดต่อที่แม่นยำ (ByteDance, 2020)



ภาพประกอบ 2 CapCut

ที่มา : https://www.capcut.com

iphone 12

iphone 12 มาพร้อมชิพ A14 Bionic ที่เร็วที่สุดในบรรดาสมาร์ทโฟน ณ ตอนเปิดตัว, ระบบกล้องคู่ที่น่าประทับใจเพื่อการถ่ายภาพในสภาวะแสงน้อยที่สวยงาม และจอภาพ Super Retina XDR ที่สว่างและคมชัดขึ้น บอกเลยว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของ iphone



ภาพประกอบ 3 iPhone 12

ที่มา : https://www.siamphone.com/spec/apple/iphone_12.htm

Acer Notebook

Acer Swift Go 14 SFG14-73-71ZY Notebook โน้ตบุ๊กบางเบา พกพาสะดวก สเปกแรงสำหรับทุกการใช้งาน จอ IPS Full HD+ (1920x1200) อัตราส่วน 16:10 ให้พื้นที่

ทำงานที่มากกว่า สีสันสดใส คมชัด ใช้งานได้ยาวนานด้วยแบตเตอรี่ที่อึดทน CPU Intel Core i5-10300H เจนเนอเรชั่นล่าสุด พร้อม RAM Onboard 16GB (LPDDR5) ประสิทธิภาพสูง ทำงานหลายอย่างพร้อมกันได้อย่างราบรื่น ไม่สะดุด การ์ดจอ Intel Arc Graphics ในตัวที่ทรงพลัง เพียงพอต่อการทำงานกราฟิก ตัดต่อรูปภาพ และความบันเทิงทั่วไป โน้ตบุ๊ก Acer Swift Go 14 ใช้ฮาร์ดไดรฟ์ SSD M.2 PCIe NVMe 512GB เปิดเครื่อง เปิดโปรแกรม หรือถ่ายโอนไฟล์ต่าง ๆ ได้รวดเร็วทันใจ



ภาพประกอบ 4 Acer Nitro 5

ที่มา : https://www.bnn.in.th/th/p/notebook/notebook-by-brands/

ประวัติความเป็นมาของร้าน

คือ ร้าน “ปากหม้อปารีส” ร้านอาหารท้องถิ่นที่เปิดให้บริการมากว่าสองทศวรรษ โดดเด่นด้วยเมนู ข้าวเกรียบปากหม้อสูตรดั้งเดิม ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็น “ตำนานอาหารคู่เมืองสกลนคร” และเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดสกลนคร แม้ว่าผลิตภัณฑ์และอาหารของกลุ่มจะมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ภาพประกอบ 5 แสดงหน้าร้านปากหม้อปารีสจังหวัดสกลนคร

สินค้าของร้าน

สินค้าของร้านปากหม้อปารีส มีดังนี้

1. ปากหม้อธรรมดา
2. ข้าวเกรียบใส่ไข่
3. หมูยอ
4. ไข่ดาว
5. ไข่พับ
6. ไข่ม้วน



ภาพประกอบ 6 แสดงสินค้า 1 ปากหม้อธรรมดา

ที่มา : https://www.paiduaykan.com/ปากหม้อปารีส/



ภาพประกอบ 7 แสดงสินค้า 2 ข้าวเกรียบ ใส่ไข่



ภาพประกอบ 8 แสดงสินค้า 3 หมูยอ



ภาพประกอบ 9 แสดงสินค้า 4 ไข่ดาว



ภาพประกอบ 10 แสดงสินค้า 5 ไข่พับ



ภาพประกอบ 11 แสดงสินค้า 6 ไข่ม้วน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. มาริน ทองเจือ และวรัชญ์ ครุจิต (2566) เรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาของนักรีวิวอาหารบนแพลตฟอร์ม TIKTOK

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหา กลยุทธ์การสื่อสาร ทัศนคติของผู้ใช้ TIKTOK ที่มีต่อเนื้อหาของนักรีวิวอาหาร และแนวทางการสื่อสารเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยการวิจัยเอกสารจากเนื้อหาของนักรีวิวอาหารบนแพลตฟอร์ม TIKTOK จำนวน 9 เพจ และการสัมภาษณ์เชิงลึกนักรีวิวอาหาร 3 คน นักวิชาการด้านการสร้างเนื้อหาบน TIKTOK 1 คน และผู้ใช้ TIKTOK จำนวน 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า นักรีวิวอาหารส่วนใหญ่นำเสนอรูปลักษณ์ของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร และกระบวนการทำอาหาร โดยใช้เทคนิคการตัดต่อภาพ การปรับความเร็วของภาพ เสียงบรรยาย ดนตรี และข้อความประกอบวิดีโอ นอกจากนี้ ยังใช้กลยุทธ์การเปิดคลิปให้น่าสนใจตั้งแต่ช่วงต้น เนื้อหาสั้นกระชับ เข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่เป็นกันเอง และนำเสนอข้อมูลอย่างจริงใจเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ รวมถึงการตอบกลับความคิดเห็นของผู้ชมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม

งานวิจัยนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีสผ่าน TikTok โดยออกแบบคลิปให้เห็นลักษณะของอาหาร ขั้นตอนการทำ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ และเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ใช้ภาพและเสียงที่ดึงดูดความสนใจ ตลอดจนใช้ข้อความสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจข้อมูลได้ง่ายและจดจำผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

2. วันวิวาห์ จำปาทอง (2566) เรื่อง ส่อง TIKTOK ผ่านงานวิจัยในประเทศไทย

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอมุมมองและสังเคราะห์งานวิจัยในประเทศไทยเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน TikTok โดยพิจารณาประเด็นการวิจัย แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ ระเบียบ

วิธีวิจัย และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ TikTok ในช่วง พ.ศ. 2562–2566 บทความดังกล่าวเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่มีอยู่ ไม่ใช่งานวิจัยทดลองพัฒนาสื่อโดยตรง

ผลการสังเคราะห์พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับ TikTok ในประเทศไทยสามารถแบ่งประเด็นสำคัญได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชัน ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่าน TikTok การสื่อสารการตลาดผ่าน TikTok และการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานระหว่างผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับระเบียบวิธีวิจัยที่พบ ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม นอกจากนี้ ยังพบแนวโน้มที่งานวิจัยให้ความสำคัญกับการใช้ TikTok เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการไปยังผู้บริโภคมากขึ้น

บทความนี้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีสผ่าน TikTok โดยเชื่อมโยงแนวคิดด้านการสื่อสาร การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์ม และการรับรู้ของผู้ชม ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิธีประเมินผลหลังเผยแพร่สื่อ เช่น การสำรวจว่าผู้ชมรู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้นหรือไม่ และมีความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะหรือจุดเด่นของปากหม้อปารีสมากน้อยเพียงใด

3. อรญา สุวรรณโณ (2565) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการรับรู้เนื้อหาเชิงการตลาด การใช้เทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคม และความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในประเทศไทย และ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน (TIKTOK) ในประเทศไทย ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-24 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับการศึกษาระดับการรับรู้เนื้อหาเชิงการตลาด การใช้เทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคม และความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับมาก และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในประเทศไทยที่นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ปัจจัยเนื้อหาเชิงการตลาด การใช้เทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม พบว่า ทั้งสามปัจจัยล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในประเทศไทย ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจจะขายสินค้าออนไลน์จะต้องพยายาม

ให้รายละเอียดของข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน และชี้แจงถึงคุณลักษณะของสินค้าให้เป็นไปตามความจริง อีกทั้งควรแสดงถึงประสบการณ์การในการใช้งานจริงให้ผู้บริโภคได้ทราบ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าจากการใช้งานผ่านติ๊กต๊อก (TIKTOK) มากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในประเทศไทย มีการรับรู้เนื้อหาเชิงการตลาดจากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในระดับมาก โดยเนื้อหาเชิงการตลาดที่ผู้บริโภครับรู้ได้มากที่สุดเป็นเนื้อหาที่ให้ความบันเทิง รองลงมา คือ เนื้อหาที่ให้ประโยชน์และเนื้อหาที่เข้าถึงอารมณ์และความรู้สึก ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาระดับการรับรู้การใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในระดับมาก โดยรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในระดับมากที่สุด และรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ในระดับมาก สำหรับระดับอิทธิพลทางสังคมจากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ของผู้บริโภค พบว่า อยู่ในระดับมากเช่นเดียว โดยผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) จากกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม เช่น ดารา นักร้องนักแสดง นักกีฬา และบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือคนดัง (Celebrities) เป็นต้น สูงกว่าอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงทางตรง เช่น ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น ส่วนระดับความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ติ๊กต๊อก (TIKTOK) ของผู้บริโภคนั้นอยู่ในระดับมาก โดยผู้บริโภคเห็นว่าการดูคลิปวิดีโอจากติ๊กต๊อก (TIKTOK) มีส่วนช่วยในการกระตุ้นให้ซื้อสินค้าที่ตั้งใจจะซื้ออยู่แล้วมากที่สุด

4. นิรมล บางพระและธนพล สมพลกรัง (2565) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นเพื่อการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อและการประเมินผลลัพธ์ของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วยเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยการสัมภาษณ์ ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการด้านการผลิตสื่อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการพรรณนาวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์และการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลการวิจัยพบว่าภาครัฐทั้งระดับจังหวัด อำเภอ และหมู่บ้านได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคระบาดโควิด-19 หลากหลายรูปแบบ เช่น สถานการณ์ของโรค สาเหตุ อาการ วิธีการป้องกันตนเอง และการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการรักษา มีการใช้สื่อในการสื่อสาร

หลากหลายประเภททั้งสื่อมวลชน สื่อท้องถิ่นสื่อสังคมออนไลน์ และสื่อกิจกรรม เมื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มภาคีเครือข่ายจังหวัดสมุทรปราการมาสังเคราะห์จึงได้ข้อสรุปในการพัฒนาสื่อดังนี้ สื่อที่ควรพัฒนาออกแบบและสร้างสรรค์มี 2 ประเภท คือ 1. สื่อวิดีทัศน์ และ 2. สื่อเสียง สำหรับสื่อเสียงนั้นได้มีการเพิ่มเติมภาษาต่างประเทศ 2 ภาษา คือ ภาษาเมียนมาร์และภาษากัมพูชา ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจมีความตระหนักรู้ และสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างง่าย ๆ อีกทั้งยังสามารถนำไปปฏิบัติตนตามได้จริงแต่อาจจะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่สามารถเข้าถึงเรื่องเทคโนโลยีและระบบการสื่อสารแบบออนไลน์ได้

ผลวิจัยพบว่า เมื่อดำเนินการผลิตสื่อทั้งสื่อวิดีทัศน์และสื่อเสียงตามแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้ส่งมอบสื่อไปยังสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สาธารณสุขอำเภอ และผู้นำชุมชนเพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารต่อให้กับประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ ภาคีเครือข่ายด้านสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการให้ทัศนะว่า ภาษาในสื่อที่ใช้เพื่อการสื่อสารของพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการที่ผ่านมานั้นยังขาดการสื่อสารในส่วนของภาษาต่างประเทศทั้งที่ในจังหวัดสมุทรปราการมีกลุ่มผู้ใช้แรงงานต่างชาติเป็นจำนวนมากแต่ไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาสารที่สื่อสาร อีกทั้งยังไม่มีโอกาสเข้าถึงหรือไม่สามารถเปิดรับสื่อ จึงทำให้ไม่เข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะไม่มีความสามารถในเรื่องเทคโนโลยีและไม่มีเครื่องมือในการสื่อสารระบบออนไลน์ส่วนบุคคล แต่สื่อที่ทางคณะผู้จัดทำผลิตขึ้นนั้นได้นำภาษากัมพูชาและภาษาเมียนม่าร์มาใช้ในการสื่อสาร ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปใช้งานได้จริง ทั้งยังมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการให้ประชาชนรับทราบข้อมูลตามมาตรการการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ของจังหวัดสมุทรปราการและนโยบายของรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ (ศักดิ์สมบูรณ์) เทอร์เนอร์ และศุภา พิชญ์ (มณีสาคร) โฟนโบร์แมนน์ (2556, น. 11) เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพและการ รับรู้คุณภาพบริการสุขภาพของชาวต่างชาติในประเทศไทยพบว่า ชาวต่างชาติส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลสุขภาพจากคำบอกเล่าของคนในครอบครัวหรือคนรู้จักทั้งนี้อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านภาษาเพราะการให้ข้อมูลและความรู้ด้านสุขภาพในประเทศไทยเกือบทั้งหมดเป็นภาษาไทยดังนั้นชาวต่างชาติจึงต้องอาศัยข้อมูลจากบุคคลในครอบครัว หรือเพื่อนที่เป็นคนไทยและบางคนก็ไม่เคยได้รับข้อมูลเลย ดังนั้นเพื่อให้ชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทยได้รับข้อมูลสุขภาพมากขึ้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรมีการพัฒนาช่องทางและสื่อด้านสุขภาพที่ชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงและเข้าใจนอกจากนี้ผลการวิจัยได้พบว่า ผู้นำชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการมีการปรับตัวอย่างเห็นได้ชัดเช่นความพยายามที่จะส่งข้อมูลไปยังสมาชิกลูกบ้าน ผ่านช่องทางต่าง ๆ

ทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค ไลน์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับสมาชิกลูกบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rety Palupi and Mincho Slavov (2020 p.30) The New Normal: Social Media's Novel Roles and Utilisation ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ในสถานการณ์New Normal ที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ควรให้ความสำคัญที่มากขึ้นเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียและการตลาดโซเชียลมีเดียเพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่มีเนื้อหาครอบคลุมและครบถ้วนรวมทั้งวิธีการและความต้องการของผู้บริโภคในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่มีมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งในจังหวัดสมุทรปราการนี้ผู้นำชุมชนในบางชุมชนได้มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างและการผลิตสื่อ มาสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการปรับตัวท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 และการสร้างความเข้าใจให้ถูกต้อง ไม่หลงเชื่อข้อมูลข่าวสารปลอม บทบาทของผู้นำชุมชนมีการถ่ายทอดแนวทางการพัฒนาสื่อผ่านผู้นำชุมชน เพื่อขยายองค์ความรู้ไปสู่สมาชิกในหมู่บ้าน อีกทั้งผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน หรือสมาชิกในชุมชน ผู้สนใจ ได้มีโอกาสเรียนรู้ทักษะความสามารถเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการสร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 ดังนั้น ศักยภาพของผู้นำชุมชน นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ การนำนโยบาย ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ให้เข้าถึงสมาชิกในหมู่บ้าน ในชุมชน ผู้นำชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นอีกช่องทางการสื่อสารหรืออาจเรียกได้ว่า ผู้นำชุมชนนั้นคือ สื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ เพราะทำหน้าที่ได้ทั้งเป็นผู้ส่งสาร สะพานเชื่อมหรือช่องทางการสื่อสาร และในบางครั้งยังเป็นผู้ผลิตสารอีกด้วย จึงที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์สื่อเพื่อเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี

5. สุภาพร ดิสวัสดิ์กรัง (2565) ได้ทำวิจัยเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อประเภทวิดีโอที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการโฆษณาผ่านสื่อประเภทวิดีโอที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้รับชมภาพยนตร์ประเภทวิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-25 ปีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า การโฆษณาประเภทสื่อวิดีโอซึ่งประกอบด้วย ตัวอักษร ภาพนิ่ง เสียง และภาพเคลื่อนไหวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. พงศธร แสงชูวงศ์ (2567) เรื่อง TikTok เครื่องมือประชาสัมพันธ์กิจกรรมยุคใหม่

โครงงานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของแผนกให้มีความทันสมัยและน่าสนใจ เพิ่มการรับรู้และจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม และสร้างแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกิจกรรมอื่นได้ โดยดำเนินงานผ่านการสร้างช่อง TikTok และผลิตคลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของแผนก เป็นโครงงานระดับปริญญาตรี สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสยาม ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2567

ผลการดำเนินงานพบว่า การเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่าน TIKTOK ช่วยเปิดโอกาสให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงผู้ใช้งานทั่วไปผ่านหน้าฟีด For You และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแพลตฟอร์มในการนำเสนอข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมาย แม้จะมีการผลิตคลิปเพียงหนึ่งคลิป แต่สามารถใช้เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับพัฒนาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลในอนาคตได้ อย่างไรก็ตาม เอกสารนี้เป็นรายงานโครงงาน ไม่ใช่บทความวิจัยที่มีการทดลองเปรียบเทียบผลก่อนและหลังอย่างเป็นระบบ

โครงงานดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีสสกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยตรงในด้านการนำแพลตฟอร์มมาใช้เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูล การจัดทำคลิปประชาสัมพันธ์ และการขยายโอกาสในการเข้าถึงประชาชนทั่วไป สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนเผยแพร่คลิปปากหม้อปารีสและกำหนดตัวชี้วัดการเข้าถึง เช่น จำนวนการรับชม การกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และการแชร์ โดยควรใช้ตัวชี้วัดเหล่านี้ร่วมกับแบบสอบถามเพื่อประเมินการรับรู้ของผู้ชมด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินงาน

ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK คณะผู้จัดทำได้ศึกษา และวางแผนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ศึกษาข้อมูลหน่วยงาน

สถานที่ตั้ง

ร้านปากหม้อปารีส 1588/5 ถ.เปรมปรีดา ใกล้วัดศรีชมพู / สุขเกษม ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร

ประวัติความเป็นมา

ข้าวเกรียบปากหม้อเป็นอาหารว่างชนิดหนึ่งที่ทำจากแป้งข้าวเจ้า ผสมน้ำให้มีลักษณะเป็นแป้งเหลว แล้วนำไปทำให้สุกด้วยไอน้ำจนได้แผ่นแป้งบาง นุ่ม และเหนียวเล็กน้อย จากนั้นนำไส้ที่ปรุงสุกแล้วมาห่อไว้ภายใน โดยไส้ที่นิยมใช้ ได้แก่ หมูสับ เห็ดหูหนู และต้นหอม รับประทานร่วมกับน้ำจิ้มและผักสดตามความนิยมของแต่ละพื้นที่ ข้าวเกรียบปากหม้อเป็นอาหารที่มีรูปแบบการปรุงเฉพาะ ซึ่งต้องอาศัยความชำนาญในการทำแป้งให้บางสม่ำเสมอและการควบคุมความร้อนให้เหมาะสม (ศูนย์ข้อมูลข้าว กรมการข้าว, ม.ป.ป.)

สำหรับจังหวัดสกลนคร ข้าวเกรียบปากหม้อเป็นหนึ่งในอาหารที่ได้รับความนิยมและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมอาหารเวียดนามในท้องถิ่น เนื่องจากจังหวัดมีประชาชนเชื้อสายเวียดนามอาศัยอยู่และมีการสืบทอดวัฒนธรรมอาหารมาอย่างต่อเนื่อง อาหารชนิดนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงอาหารสำหรับบริโภคเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงภูมิปัญญาด้านการประกอบอาหารและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของจังหวัดอีกด้วย (ศูนย์ข้อมูลกลางทางวัฒนธรรม, 2555)

ปัจจุบัน ข้าวเกรียบปากหม้อมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอและส่วนประกอบให้หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในจังหวัดสกลนครที่มีร้านข้าวเกรียบปากหม้อเป็นที่รู้จัก เช่น ร้านข้าวเกรียบปากหม้อปารีส ซึ่งเป็นร้านอาหารเวียดนามที่มีชื่อเสียงของจังหวัด มีการจำหน่ายปากหม้อหลายรูปแบบ เช่น ปากหม้อธรรมดา ปากหม้อใส่ไข่ ปากหม้อไข่พับ และข้าวเกรียบกรอบ อันเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบแตกต่างกัน (Sanook, 2561; Inzpy, 2565)

จากความสำคัญดังกล่าว การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ลักษณะเฉพาะ และวิธีการทำปากหม้อผ่านสื่อประชาสัมพันธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งสามารถนำเสนอเนื้อหาผ่านวิดีโอสั้น ภาพเคลื่อนไหว เสียง และข้อความประกอบ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

สินค้าที่จำหน่าย

สินค้าของร้านปากหม้อปารีส มีดังนี้

1. ปากหม้อธรรมดา
2. ข้าวเกรียบใส่ไข่
3. หมูยอ
4. ไข่ดาว
5. ไข่พับ
6. ไข่ม้วน

การดำเนินงานปัจจุบัน

สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีการดำเนินการ ถ่าย 8 คลิป ของสถานที่ในจังหวัดสกลนคร ผสมผสานองค์ประกอบมัลติมีเดียโดยการนำเอาข้อมูลในรูปแบบ ต่าง ๆ เข้าไปเป็นองค์ประกอบ เพื่อการสื่อสาร กับผู้เข้าชมคลิปผ่าน TIKTOK

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ลูกค้า/คนในชุมชน (ผู้ที่มาใช้บริการ/ซื้อสินค้าที่ร้าน ปากหม้อปารีส ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร)

1.2 ประชากรในตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร จำนวน 14,762 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

2.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 กลุ่มตัวอย่างประชากรตำบลธาตุเชิงชุม โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973: อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ์, 2553)
ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวนตัวอย่างที่ได้คือ 430 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องที่ใช้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

1. โปรแกรม CapCut ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ
2. โปรแกรมบันทึกเสียงจากโทรศัพท์มือถือรุ่น Iphone 12
3. TIKTOK ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพและประเมินความพึงพอใจ

1. แบบสอบถามประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน
2. แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 430 คน

วิธีการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือในการวิจัยมีคุณภาพสอดคล้องกับกรอบแนวคิด ของการวิจัย มากที่สุด คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างจากหลักการแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหานำมาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาเอกสาร หลักเกณฑ์ รูปแบบ และวิธีการสร้างเครื่องมือประเภทแบบสอบถาม เพื่อสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้
   3.1 แบบสอบถามเพื่อหาคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์
   3.2 แบบสอบถามเพื่อหาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์

ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่าตามแนวคิดของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) โดยกำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ระดับการจัดการเหมาะสมมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับการจัดการเหมาะสมมาก
3 หมายถึง ระดับการจัดการเหมาะสมปานกลาง
2 หมายถึง ระดับการจัดการเหมาะสมน้อย
1 หมายถึง ระดับการจัดการเหมาะสมน้อยที่สุด

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อรับทราบคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ
5. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจหาค่าดรรชนีความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร โดยมีเกณฑ์การ พิจารณา ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามตรงหรือสอดคล้องกับนิยามตัวแปร
0 เมื่อไม่แน่ใจหรือข้อคำถามมีลักษณะคลุมเครือไม่ชัดเจน

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับนิยามตัวแปร

จากนั้นนำมาหาค่าดรรชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC)

โดยใช้สูตร IOC = $\frac{\Sigma_R}{N}$

IOC หมายถึง ดรรชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความมุ่งหมาย

Σ_R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามนั้นมีค่าเท่ากับ 1.00 หากข้อคำถามที่มีค่า .50 – 1.00 จะคัดเลือกไว้ และข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่ำกว่า .50 จะพิจารณาปรับปรุงหรือไม่คัดเลือกไว้

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน

7. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับตั้งแต่ .70 ขึ้นไป

8. จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ได้คืนมานำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และใช้วิธีทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวางแผนและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

หลังจากลงพื้นที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้จัดทำได้ทำการวางแผนและออกแบบการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
จำนวน 8 คลิป ความยาวคลิปละ 0:31 – 3 นาที มีรายละเอียดดังนี้

1. แนะนำร้านปากหม้อปารีส ความยาว 0:41 นาที
2. แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา ความยาว 0:34 นาที
3. แนะนำเมนู ข้าวเกรียบ ใส่ไข่ ความยาว 0:55 นาที
4. แนะนำเมนูอาหารย่อย ความยาว 0:50 นาที
5. วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ ความยาว 3:10 นาที
6. ที่มาของร้านปากหม้อปารีส ความยาว 1:00 นาที

7. แนะนำราคาของปากหม้อ ความยาว 0:31 นาที
8. ประโยชน์ของปากหม้อ ความยาว 0:53 นาที

สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK จำนวน 8 คลิป มีเนื้อหาสคริปต์ดังนี้

ตาราง 3 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	9	FS	intro เปิดคลิป โลโก้ร้าน	สวัสดีทุกคนใครที่มาเที่ยวสกลนคร ต้องไม่พลาดร้านนี้ค่ะนี่เลย... ร้านปากหม้อปารีส ร้านชื่อดังเมืองสกลนคร	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
2.	6	FS	เปิดมือถือดูแผนที่	ที่อยู่ร้านปากหม้อปารีสนะคะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
3.	2	FS	ถนนเปรมปรีดา	อยู่ตรงถนนเปรมปรีดา	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
4.	3	FS	วัดศรีชมพู	ใกล้วัดศรีชมพู	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
5.	6	MS	ภายในร้าน/บรรยากาศลูกค้า	เราก็จะเห็นว่าลูกค้าก็จะเข้ามานั่งรับประทานที่ร้านหรือสั่งกลับบ้านนะคะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
6.	10	CU	เทน้ำจิ้มใส่ปากหม้อ	และเสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มรสเปรี้ยวหวานกลมกล่อมลงตัวมากทานคู่กับปากหม้อเข้ากันสุดๆเลยค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
7.	3	CU	ปากหม้อไข่ดาวร้อนๆ	ใครผ่านมา แวะมาชิมได้เลยค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 3 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
8.	2	CU	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 4 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 2 แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	5	CU	Intro เปิดคลิป ปากหม้อวางอยู่บนจาน	วันนี้จะพาไปทำความรู้จักกับเมนูยอดนิยม	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
2.	12	MCU	พับแป้งห่อไส้	ของทางร้านคือปากหม้อธรรมดา เมนูปากหม้อธรรมดาเป็นเมนูที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยเอกลักษณ์ของแป้งบางนุ่มและไส้ที่ปรุงอย่างพิถีพิถัน	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
3.	12	CU	ตักน้ำจิ้มราดปากหม้อ	ทางร้านใส่ไส้ในปริมาณพอดีทำให้รับประทานได้เต็มคำ แป้งมีความบางแน่นนุ่ม เมื่อห่อไส้แล้วได้เนื้อสัมผัสที่ลงตัวมากค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
4.	3	MS	ปากหม้อธรรมดา	ใครที่ยังไม่เคยลองเมนูปากหม้อธรรมดาแวะมาชิมกันได้เลยนะคะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
5.	2	CU	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 5 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 3 แนะนำเมนู ข้าวเกรียบใส่ไข่

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	5	CU	Intro เปิดคลิป ข้าวเกรียบใส่ไข่	เมนูต่อมาพิเศษใส่ไข่ แถมยังมีข้าวเกรียบกรอบ ๆ ด้วยนะ	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
2.	10	MS	ตอกไข่บนแป้ง	เพิ่มไข่ ลงบนแผ่นแป้ง	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
3.	31	MS	ไข่สุกบนแป้ง	พอไข่เริ่มสุกกลิ่นหอมไข่ สีสวยน่ากินมากค่ะ	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
4.	7	MS	รับประทาน	งั้นเรามาทานกันเลยนะคะ ข้าวเกรียบกรอบกำลังดี แป้งนุ่มสุดๆ ลองแล้วจะติดใจค่ะ	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
5.	2	MS	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 6 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 4 แนะนำเมนูอาหารย่อย

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	3	MS	intro เปิดคลิป	-	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
2.	5	CU	หมูยออยู่บนจาน	เริ่มจากหมูยอรสชาติกลมกล่อมที่เข้ากันได้อย่างลงตัว	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
3.	3	CU	ไข่ดาว	เพิ่มด้วยไข่ดาวร้อน ๆ	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ
4.	4	CU	ไข่พับ/ไข่ม้วน	ไข่พับหรือไข่ม้วนสีเหลืองน่ารับประทาน	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 6 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 4 แนะนำเมนูอาหารย่อย (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
5.	20	CU	ซูมไข่ม้วน	รับประทานคู่กับน้ำจิ้มรสเด็ดช่วยเพิ่มรสชาติให้กลมกล่อมมากยิ่งขึ้น	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
6.	13	CU	รับประทาน	เมนูอาหารย่อยที่หลากหลายรับรองว่าอร่อยจนต้องกลับมาทานอีกครั้งอย่างแน่นอนค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
7.	2	MS	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 7 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	2	MCU	Intro เปิดคลิป เทแป้งลงบนผ้าขึงหม้อนึ่ง	มาดูวิธีทำกันค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
2.	24	CU	ตักแป้งใส่ถ้วยตราชั่ง	แป้งข้าวเจ้า 125 กรัม เติมน้ำเปล่าลงไป 600 มิลลิลิตร หมักไว้ 5 ชั่วโมงหรือหมักไว้ข้ามคืนค่ะ ซึ่งเป็นเคล็ดลับสำคัญที่ช่วยให้แป้งมีความเหนียวนุ่มค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
3.	10	CU	ตักแป้งใส่ถ้วยตราชั่ง	แป้งมัน 125 กรัม นำมาผสมกันเติมน้ำเปล่าลงไป	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
4.	5	CU	วัตถุดิบ	ส่วนผสมไส้ก็จะมีหมูสับ ใบหอม ต้นหอมค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 7 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
5.	7	CU	ใส่ต้นหอมลงไปปั่น	ใส่ต้นหอมลงไป ปั่นให้ละเอียด	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
6.	8	CU	ต้นน้ำใส่ใบหอมลงไป	แล้วเราก็จะมาต้นน้ำใส่ใบหอมลงไป พอต้มใบหอมเสร็จแล้วนะคะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
7.	6	CU	ตักต้นหอมขึ้นมาแช่น้ำเย็น	ตักขึ้นมาแช่น้ำเย็นแล้วก็บีบให้หมาด ๆ ค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
8.	40	CU	ตั้งไฟใส่น้ำมันพืชลงไปในกระทะ	ต่อมานะคะ ตั้งไฟใส่น้ำมันพืชลงไปใส่ต้มหอมผัดไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะเป็นสีเหลืองอ่อนใส่หมูสับลงไปผัดจนกว่าหมูสับจะสุกค่ะ ปรุงรสด้วยน้ำมันงา ซีอิ๊วขาว และน้ำตาลทรายแดงค่ะ และก็ใส่ใบหอมต้มสุกลงไป ผัดให้เข้ากัน ชิมรสชาติค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
9.	5	CU	ถ้วยใส่แป้ง	พักไส้ไว้ ให้อยู่บนให้น้ำมันไหลออกมา	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
10.	9	CU	หม้อต้มน้ำ	ต่อมาจะเป็นการต้มน้ำใส่เกลือใส่พริกค่ะ นี่คือการทำน้ำจิ้มค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
11.	13	CU	ใส่เครื่องปรุง	ต่อมานะคะก็จะใส่น้ำตาล น้ำปลา คนให้เข้ากัน พริกไทยป่น	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 7 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
12.	5	CU	ปั่นพริก	ต่อมานะคะปั่นพริกให้ละเอียด	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
13.	10	CU	ตักพริกใส่ถ้วย	ตักใส่ถ้วย เติมน้ำปลา	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
14.	19	CU	ขึงผ้าแล้วเจาะรู	ต่อมานะคะทำการขึงผ้าแล้วเจาะรูพอน้ำเดือดมันจะไม่พุ่งค่ะ แช่ผ้าไว้นะคะประมาณ 5-10 นาที ใส่น้ำ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
15.	17	MCU	การพับแป้ง	นี่ก็จะเป็นขั้นการพับแป้งค่ะ ใส่ไข่และกระเทียมเจียวหรือหัวหอมเจียวค่ะ จะมีหมูสับหมูยอ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
16.	6	CU	รับประทาน	ทางร้านทำแป้งสดใหม่ทุกวันเลยค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
17.	4	CU	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 8 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	4	MS	intro เปิดคลิป เจ้าของร้าน	ที่มาของร้านปากหม้อปารีส จังหวัดสกลนคร	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 8 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
2.	17	MS	หน้าโรงภาพยนตร์ปารีส	ที่มาของชื่อมาจากทำเลที่ตั้งดั้งเดิมในอดีต ซึ่งร้านเคยตั้งขาย อยู่บริเวณหน้าโรงภาพยนตร์ปารีส ซึ่งเป็นโรงหนังเก่าแก่ประจำจังหวัดสกลนครลูกค้าที่มาอุดหนุนจึงเรียกติดปากกันว่า ปากหม้อปารีส	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
3.	6	MS	ถนนเปรมปรีดา	แม้ว่าในเวลาต่อมาทางร้านจะย้ายตำแหน่งมาตั้งอยู่บริเวณถนนเปรมปรีดา	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
4.	6	LS	วัดศรีชมพู	ใกล้วัดศรีชมพู แต่ยังคงชื่อนี้สืบทอดกันมากว่า 40 ปี	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
5.	3	CU	ใส่ไส้	จุดเด่นของร้านสูตรอาหารเวียดนามดั้งเดิม	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
6.	4	MCU	ราดน้ำจิ้ม	เจ้าของร้านชื่อว่า คุณแหวว	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
7.	4	MS	เจ้าของร้าน	ได้รับสูตรการทำข้าวเกรียบปากหม้อญวนมาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
8.	6	MS	หน้าร้าน	ทางร้านเปิดเวลา 9 โมงถึง 1 ทุ่ม เปิดทุกวันแต่ปิดเฉพาะแค่วันพุธค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 8 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
9.	7	LS	วิวมุมสูงจังหวัดสกลนคร	ที่นี่เป็นจังหวัดที่มีชาวไทยเชื้อสายเวียดนามมาอาศัยอยู่เยอะที่สุดในประเทศไทย	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
10.	3	MS	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 9 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 7 ราคาของปากหม้อ

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	2	MCU	intro เปิดคลิป	มาดูราคากันค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
2.	3	FS	พับแป้ง	เริ่มต้นชุดละประมาณ 40-90 บาท	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
3.	20	CU	เมนูและราคา	หมูยอ 40 บาท ปากหม้อธรรมดา 60 บาท ไข่พับ 60 บาท ไข่ดาว 60 บาท ไข่ม้วน 60 บาท ข้าวเกรียบธรรมดา 85 บาท ใส่ไข่ 90 บาทค่ะ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรีประกอบ
4.	6	MS	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

ตาราง 10 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 8 ประโยชน์ของปากหม้อ

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
1.	2	MCU	intro เปิดคลิปพข้าวเกรียบปากหม้อ	ประโยชน์ของปากหม้อมีอะไรบ้าง	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
2.	4	CU	แป้ง	แป้งข้าวเจ้าช่วยให้พลังงานคาร์โบไฮเดรต	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
3.	3	CU	ราดน้ำจิ้ม	ต้นหอมช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
4.	9	MS	ผักวัตุดิบ	หัวหอมดีต่อหัวใจ มะนาวช่วยย่อยอาหารและผิวพรรณ พริกช่วยบรรเทาอาการเจ็บปวด	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
5.	2	FS	ปากหม้อไข่ดาว	ไข่ไก่มีโปรตีนสูง	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
6.	5	MS	ไข่ไก่	ไขมันดีและมีวิตามินที่จำเป็นต่อร่างกาย	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
7.	8	MS	ปากหม้อ	หมูสับช่วยเสริมสร้างซ่อมแซมร่างกายมีวิตามิน บี12 บำรุงประสาท	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
8.	7	MS	หมูสับ	มีธาตุเหล็กช่วยป้องกันภาวะโลหิตจางมีสังกะสีช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและผิวพรรณ	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี
9.	8	MS	ปากหม้อบนจาน	นอกจากประโยชน์ด้านโภชนาการแล้ว ปากหม้อยังเป็น ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาว	เสียงพิธีกร/เสียงดนตรี

ตาราง 10 สคริปต์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ คลิปที่ 8 ประโยชน์ของปากหม้อ (ต่อ)

ลำดับ	เวลา (วินาที)	ลักษณะภาพ	คำอธิบายภาพ	คำบรรยาย	เสียง
10.	2	MS	ทำปากหม้อ	สกลนครอีกด้วยค่ะ	เสียงพิธีกร/ เสียงดนตรี
11.	2	MS	ปิดคลิป ขอบคุณที่รับชมค่ะ	-	เสียงดนตรีประกอบ

การประเมินผล

การประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจ สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ผู้จัดทำได้ใช้แบบสอบถามในการประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน และประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 430 คน ทำการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดทำขึ้น ตามแบบประเมินที่ได้ออกแบบไว้

การประเมินคุณภาพ และการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ได้กำหนดเกณฑ์ตามวิธีของไลเคอร์ท (Likert) ประกอบด้วยมาตรอันดับ (Rating Scale) เชิงคุณภาพ 5 ระดับ และมาตรอันดับเชิงปริมาณ 5 ระดับ โดยจะให้คะแนนในแต่ละหัวข้อตามความเหมาะสมซึ่งมีลำดับตามความหมายของคะแนนดังนี้

เกณฑ์การประเมินค่าระดับคุณภาพ และความพึงพอใจ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยการตรวจให้คะแนนใช้เกณฑ์ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

มากที่สุด ให้ 5 คะแนน
มาก ให้ 4 คะแนน
ปานกลาง ให้ 3 คะแนน
น้อย ให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาแปลความหมาย โดยนำไปเทียบกับเกณฑ์แปลความหมาย ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับมาก
2.51 – 3.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.50 หมายถึง มีคุณภาพ/ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

เมื่อผู้ทำแบบประเมินการประเมินเรียบร้อย ทางผู้จัดทำจะนำแบบประเมินนั้นมาทำการวิเคราะห์โดยใช้หลักการทางสถิติเพื่อสรุปผลการประเมินว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดทำขึ้นมีคุณภาพและความพึงพอใจ ในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับใด ซึ่งหลักการสถิติที่ใช้มีดังนี้

ค่าตัวกลางเลขคณิต (Arithmetic Mean) หรือค่าเฉลี่ย (Mean)

จากสูตร $\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$

เมื่อ $\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ = ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

จากสูตร $S.D. = \sqrt{\frac{\sum(X-\bar{x})^2}{N}}$

เมื่อ S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ยรวมของหัวข้อที่ประเมิน

X = ผลรวมของหัวข้อที่ประเมินที่ได้จากผู้ประเมินแต่ละท่าน

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการพัฒนาโครงการ

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีรูปแบบการนำเสนอทั้งหมด 8 คลิป เป็นการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอเมื่อผลิตเสร็จแล้วได้ให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์และทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นได้ให้ผู้ใช้งานทั่วไปได้รับชมและทำการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แบ่งได้ดังนี้

ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

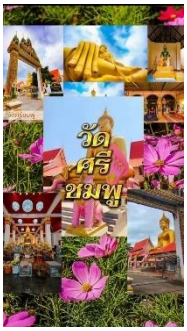
ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“สกลนคร ปากหม้อปารีส”	พิธีกร : สวัสดีทุกคนใครที่มาเที่ยวสกลนคร ต้องไม่พลาดร้านนี้ค่ะนี่เลย...ร้านปากหม้อปารีส ร้านชื่อดังเมืองสกลนคร	9 วินาที
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ที่อยู่ร้านปากหม้อปารีสนะคะ	6 วินาที

ตาราง 11 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : อยู่ตรงถนนเปรมปรีดา	2 วินาที
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ใกล้วัดศรีชมพู	3 วินาที
5.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เราก็จะเห็นว่าลูกค้าก็จะเข้ามานั่งรับประทานที่ร้านหรือสั่งกลับบ้านนะคะ	6 วินาที
6.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : และเสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มรสเปรี้ยวหวานกลมกล่อมลงตัวมากทานคู่กับปากหม้อเข้ากันสุดๆเลยค่ะ	10 วินาที

ตาราง 11 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
7.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ใครผ่านมาแวะมาชิมได้เลยค่ะ	3 วินาที
8.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	2 วินาที

ตาราง 12 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 2 แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ปากหม้อธรรมดา”	พิธีกร : วันนี้จะพาไปทำความรู้จักกับเมนูยอดนิยม	5 วินาที

ตาราง 12 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 2 แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ของทางร้านคือปากหม้อธรรมดา เมนูปากหม้อธรรมดาเป็นเมนูที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยเอกลักษณ์ของแป้งบางนุ่มและไส้ที่ปรุงอย่างพิถีพิถัน	12 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ทางร้านใส่ไส้ในปริมาณพอดีทำให้รับประทานได้เต็มคำ แป้งมีความบางแน่นนุ่มเมื่อห่อไส้แล้วได้เนื้อสัมผัสที่ลงตัวมากค่ะ	12 วินาที

ตาราง 12 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 2 แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ใครที่ยังไม่เคยลองเมนูปากหม้อธรรมดาแวะมาชิมกันได้ที่ร้านนะคะ	3 วินาที
5.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	2 วินาที

ตาราง 13 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 3 แนะนำเมนู ข้าวเกรียบใส่ไข่

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ข้าวเกรียบใส่ไข่”	พิธีกร : เมนูต่อมาพิเศษใส่ไข่แถมยังมีข้าวเกรียบกรอบ ๆ ด้วยนะ	5 วินาที

ตาราง 13 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 3 แนะนำเมนู ข้าวเกรียบใส่ไข่

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เพิ่มไข่ ลงบนแผ่นแป้ง	10 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : พอไข่เริ่มสุกกลิ่นหอม ไข่ สีสวยน่ากินมากค่ะ	31 วินาที
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : งั้นเรามาทานกันเลยนะคะ ข้าวเกรียบกรอบกำลังดี แป้งนุ่มสุดๆ ลองแล้วจะติดใจค่ะ	7 วินาที
5.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	2 วินาที

ตาราง 14 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 4 แนะนำเมนูอาหารย่อย

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี	“แนะนำเมนูอาหารย่อย”	-	3 วินาที
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เริ่มจากหมูยอรสชาติกลมกล่อมที่เข้ากันได้อย่างลงตัว	5 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เพิ่มด้วยไข่ดาวร้อน ๆ	3 วินาที
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ไข่พับหรือไข่ม้วนสีเหลืองน่ารับประทาน	4 วินาที

ตาราง 14 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 4 แนะนำเมนูอาหารย่อย

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
5.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ไข่ดาวร้อนๆ”	พิธีกร : รับประทานคู่กับน้ำจิ้มรสเด็ดช่วยเพิ่มรสชาติให้กลมกล่อมมากยิ่งขึ้น	20 วินาที
6.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เมนูอาหารย่อยที่หลากหลายรับรองว่าอร่อยจนต้องกลับมาทานอีกครั้งอย่างแน่นอนค่ะ	13 วินาที
7.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	2 วินาที

ตาราง 15 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ขั้นตอนการทำปากหม้อ”	พิธีกร : มาดูวิธีทำกันค่ะ	2 วินาที
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : แป้งข้าวเจ้า 125 กรัม เติมน้ำเปล่าลงไป 600 มิลลิลิตร หมักไว้ 5 ชั่วโมงหรือหมักไว้ข้ามคืนค่ะ ซึ่งเป็นเคล็ดลับสำคัญที่ช่วยให้แป้งมีความเหนียวนุ่มค่ะ	24 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : แป้งมัน 125 กรัม นำมาผสมกันเติมน้ำเปล่าลงไป	10 วินาที
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ส่วนผสมไส้ก็จะมีหมูสับ ใบหอม ต้นหอมค่ะ	5 วินาที

ตาราง 15 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
5.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ใส่ต้นหอมลงไป ปั่นให้ละเอียด	7 วินาที
6.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : แล้วเราก็จะมาต้นน้ำใส่ใบหอมลงไป พอต้มใบหอมเสร็จแล้วนะคะ	8 วินาที
7.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ตักขึ้นมาแช่น้ำเย็นแล้วก็บีบให้หมาด ๆ ค่ะ	6 วินาที

ตาราง 15 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
8.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ต่อมานะคะ ตั้งไฟใส่น้ำมันพืชลงไปใส่ต้มหอมผัดไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะเป็นสีเหลืองอ่อนใส่หมูสับลงไปผัดจนกว่าหมูสับจะสุกค่ะ ปรุงรสด้วยน้ำมันงาซีอิ้วขาว และน้ำตาลทรายแดงค่ะ และก็ใส่ใบหอมต้มสุกลงไป ผัดให้เข้ากัน ซิมรสชาติค่ะ	40 วินาที
9.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : พักไส้ไว้ ให้อยู่บนให้น้ำมันไหลออกมา	5 วินาที
10.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ต่อมาจะเป็นการต้มน้ำใส่เกลือใส่พริกค่ะ นี่คือการทำน้ำจิ้มค่ะ	9 วินาที

ตาราง 15 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
11.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ต่อมานะคะก็จะใส่น้ำตาล น้ำปลา คนให้เข้ากัน พริกไทยป่น	13 วินาที
12.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ต่อมานะคะปั่นพริกให้ละเอียด	5 วินาที
13.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ตักใส่ถ้วย เติมน้ำปลา	10 วินาที
14.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ต่อมานะคะทำการขึงผ้าแล้วเจาะรูพอน้ำเดือดมันจะไม่พุ่งค่ะ แช่ผ้าไว้นะคะ ประมาณ 5-10 นาที ใส่น้ำ	19 วินาที

ตาราง 15 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
15.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : นี่ก็จะเป็นขั้นการพับแป้งค่ะ ใส่ไข่และกระเทียมเจียวหรือหัวหอมเจียวค่ะ จะมีหมูสับ หมูยอ	17 วินาที
16.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ทางร้านทำแป้งสดใหม่ทุกวันเลยค่ะ	6 วินาที
17.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	4 วินาที

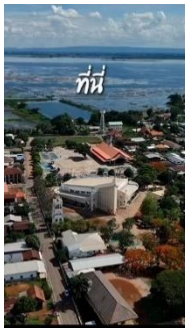
ตาราง 16 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ที่มาของร้านปากหม้อปารีส”	พิธีกร : ที่มาของร้านปากหม้อปารีส จังหวัดสกลนคร	4 วินาที
2.	 	เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ที่มาของชื่อมาจากทำเลที่ตั้งดั้งเดิมในอดีต ซึ่งร้านเคยตั้งขาย อยู่บริเวณหน้าโรงภาพยนตร์ปารีส ซึ่งเป็นโรงหนังเก่าแก่ประจำจังหวัดสกลนคร ลูกค้าที่มาอุดหนุนจึงเรียกติดปากกันว่า ปากหม้อปารีส	17 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : แม้ว่าในเวลาต่อมาทางร้านจะย้ายตำแหน่งมาตั้งอยู่บริเวณถนนเปรมปรีดา	6 วินาที

ตาราง 16 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ใกล้วัดศรีชมพู แต่ยังคงชื่อนี้สืบทอดกันมากว่า 40 ปี	6 วินาที
5.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : จุดเด่นของร้านสูตรอาหารเวียดนามดั้งเดิม	3 วินาที
6.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เจ้าของร้านชื่อว่า คุณแหวว	4 วินาที
7.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ได้รับสูตรการทำข้าวเกรียบปากหม้อณวน มาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่	4 วินาที

ตาราง 16 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
8.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ทางร้านเปิดเวลา 9 โมงถึง 1 ทุ่ม เปิดทุกวันแต่ปิดเฉพาะแค่วันพุธค่ะ	6 วินาที
9.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ที่นี่เป็นจังหวัดที่มีชาวไทยเชื้อสายเวียดนามมาอาศัยอยู่เยอะที่สุดในประเทศไทย	7 วินาที
10.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	3 วินาที

ตาราง 17 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 7 ราคาของปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ราคาปากหม้อ”	พิธีกร : มาดูราคากันค่ะ	2 วินาที
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : เริ่มต้นชุดละประมาณ 40-90 บาท	3 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : หมูยอ 40 บาท ปากหม้อธรรมดา 60 บาท ไข่พับ 60 บาท ไข่ดาว 60 บาท ไข่ม้วน 60 บาท ข้าวเกรียบธรรมดา 85 บาท ใส่ไข่ 90 บาท ค่ะ	20 วินาที
4.		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	6 วินาที

ตาราง 18 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 8 ประโยชน์ของข้าวเกรียบปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
1.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“ประโยชน์ของข้าวเกรียบปากหม้อ”	พิธีกร : ประโยชน์ของปากหม้อมีอะไรบ้าง	2 วินาที
2.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : แป้งข้าวเจ้าช่วยให้พลังงานคาร์โบไฮเดรต	4 วินาที
3.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ต้นหอมช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน	3 วินาที
4.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : หัวหอมดีต่อหัวใจ มะนาวช่วยย่อยอาหาร และผิวพรรณ พริกช่วยบรรเทาอาการเจ็บปวด	9 วินาที

ตาราง 18 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 8 ประโยชน์ของข้าวเกรียบปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
5.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ไข่ไก่มีโปรตีนสูง	2 วินาที
6.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : ไขมันดีและมีวิตามินที่จำเป็นต่อร่างกาย	5 วินาที
7.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : หมูสับช่วยเสริมสร้างซ่อมแซมร่างกายมีวิตามินบี12 บำรุงประสาท	8 วินาที
8.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : มีธาตุเหล็กช่วยป้องกันภาวะโลหิตจางมีสังกะสีช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและผิวพรรณ	7 วินาที

ตาราง 18 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
คลิปที่ 8 ประโยชน์ของข้าวเกรียบปากหม้อ

ลำดับ	ภาพ	เสียง	ตัวอักษร	บทบรรยาย	เวลา
9.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : นอกจากประโยชน์ด้านโภชนาการแล้ว ปากหม้อยังเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวสกลนครอีกด้วยค่ะ	8 วินาที
10.		เสียงดนตรี, เสียงบรรยาย	“บรรยายคำพูดพิธีกร”	พิธีกร : สกลนครอีกด้วยค่ะ	2 วินาที
11		เสียงดนตรี	“ขอบคุณที่รับชมค่ะ”	-	2 วินาที

ผลการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์บนติ๊กตอก

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
1.		แนะนำสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK https://www.tiktok.com/@pakmorparis.sakon?_r=1&_t=ZS-98mkM0DaYku
2.		คลิปที่ 1 แนะนำร้านปากหม้อปารีส
3.		คลิปที่ 2 แนะนำเมนู ปากหม้อธรรมดา

ตาราง 19 แสดงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
4.		คลิปที่ 3 แนะนำเมนู ข้าวเกรียบใส่ไข่
5.		คลิปที่ 4 แนะนำเมนูอาหารย่อย
6.		คลิปที่ 5 วิธีขั้นตอนการทำปากหม้อ
7.		คลิปที่ 6 ที่มาของร้าน

ตาราง 19 แสดงการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ลำดับ	ภาพ	คำอธิบาย
8.		คลิปที่ 7 ราคาของปากหม้อ
9.		คลิปที่ 8 ประโยชน์ของปากหม้อ
10.		โปรไฟล์ สื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

เป็นการหาค่าความเที่ยงตรงที่ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าหรือข้อคำถามแต่ละข้อวัดได้ตรงตามสิ่งที่ต้องการวัดเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด โดยใช้หลักเกณฑ์ประเมินดังนี้

ให้คะแนน +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามตรงหรือสอดคล้อง

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือข้อคำถามมีความคลุมเครือไม่ชัดเจน

ให้คะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้อง

แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อ กับจุดประสงค์หรือเนื้อหา (Index Item-Objective Congruence หรือ IOC) จาก

สูตร IOC $=\frac{\sum R}{N}$

เมื่อ ∑ R แทน ผลรวมของคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้ามีค่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามจุดประสงค์ หรือตรงตามเนื้อหานั้น แสดงว่าข้อคำถามข้อนั้นใช้ได้

2. การหาสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของการประเมินคุณภาพ และความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตขึ้น โดยในการวิเคราะห์จะใช้ค่าเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์การประเมินดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า เหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า เหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า เหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า เหมาะสมน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01 – 1.50 หมายความว่า เหมาะสมน้อยที่สุด

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในงานนี้ ใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.51 ขึ้นไป และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินคุณภาพ สื่อประชาสัมพันธ์การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 20 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินประคุณภาพ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	0	0
หญิง	3	100.0
รวม	3	100.0

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 100

ตอนที่ 2 แบบประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ตาราง 21 ระดับคุณภาพ

เกณฑ์ในการให้คะแนน	คะแนน
คุณภาพมากที่สุด	5
คุณภาพมาก	4
คุณภาพปานกลาง	3
คุณภาพน้อย	2
คุณภาพน้อยที่สุด	1

ตาราง 22 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยคุณภาพ

เกณฑ์ในการให้คะแนน	ค่าเฉลี่ย
คุณภาพมากที่สุด	4.51 – 5.00
คุณภาพมาก	3.51 – 4.50
คุณภาพปานกลาง	2.51 – 3.50
คุณภาพน้อย	1.51 – 2.50
คุณภาพน้อยที่สุด	1.01 – 1.50

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ	4.33	0.47	มาก
1.2 เนื้อหาที่นำเสนอกระชับเข้าใจง่าย	4.00	1.00	มาก
1.3 เนื้อหาและข้อมูลที่นำเสนอถูกต้องครบถ้วน	4.00	1.00	มาก
1.4 เนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	4.33	0.47	มาก
1.5 เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	0.19	มาก
2. ด้านคลิปวิดีโอ			
2.1 คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ	3.67	0.47	มาก
2.2 ความคมชัดของวิดีโอ	4.33	0.47	มาก
2.3 ความเหมาะสมขององค์ประกอบวิดีโอ	3.67	0.47	มาก
2.4 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอ	3.67	0.47	มาก
2.5 ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้	3.67	0.47	มาก
2.6 วิดีโอมีความต่อเนื่อง	3.67	0.47	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	0.47	มาก
3. ด้านอักษร			
3.1 ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้	4.00	1.00	มาก
3.2 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	1.00	มาก
3.3 ความเหมาะสมของสีตัวอักษร	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	1.00	มาก

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
4. ด้านเสียง			
4.2 ความเหมาะสมของเสียงบรรยาย	3.67	0.47	มาก
4.3 ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	3.67	0.94	มาก
4.4 ความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง	3.67	0.94	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75	0.79	มาก
5. ด้านคำบรรยาย			
5.1 ความเหมาะสมของคำบรรยาย	4.00	1.00	มาก
5.2 คำบรรยายสอดคล้องกับวิดีโอ	4.33	0.47	มาก
5.3 ความถูกต้องของคำบรรยาย	4.33	0.47	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	0.31	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.98	0.35	มาก

จากตาราง 23 พบว่า ผลการประเมินคุณภาพต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา พบว่าในหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุด คือความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอและเนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านคลิปวิดีโอ พบว่าในหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุดคือความคมชัดของวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านตัวอักษร พบว่าในหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุดคือความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร และความเหมาะสมของสีตัวอักษร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านเสียง พบว่าหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุดคือความเหมาะสมของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ และความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านคำบรรยาย พบว่าหัวข้อที่มีระดับคุณภาพมากที่สุดคือความเหมาะสมของคำบรรยายและความถูกต้องของคำบรรยาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยรวมแต่ละด้านคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์
ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.13	0.19	มาก
ด้านคลิปวิดีโอ	3.78	0.47	มาก
ด้านตัวอักษร	4.00	1.00	มาก
ด้านเสียง	3.75	0.79	มาก
ด้านคำบรรยาย	4.22	0.31	มาก
รวม N = 5	3.98	0.35	มาก

จากตาราง 24 พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และด้านคำบรรยาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อาชีพและอายุ มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 25 แสดงค่าจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับเพศของผู้ประเมินความพึงพอใจ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	206	47.9
หญิง	224	52.1
รวม	430	100.0

จากตาราง 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.1 ส่วนเพศชายคิดเป็นร้อยละ 47.9

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	123	28.6
ครู/อาจารย์	4	0.9
เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย	154	35.8
เกษตรกร	102	23.7
อื่น ๆ.....	47	10.9
รวม	430	100.0

จากตาราง 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพเป็น เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 35.8 อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 28.6 อาชีพ เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 23.7 และอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.9

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	44	10.2
อายุ 20 – 30 ปี	142	33
อายุ 31 – 40 ปี	151	35.1
อายุ 41 – 50 ปี	52	12.1
มากกว่า 50 ปี	41	9.5
รวม	430	100.0

จากตาราง 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมี อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.1 อายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 อายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.1 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.2 และมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตาราง 28 ระดับความพึงพอใจ

เกณฑ์ในการให้คะแนน	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	5
ความพึงพอใจมาก	4
ความพึงพอใจปานกลาง	3
ความพึงพอใจน้อย	2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1

ตาราง 29 เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

เกณฑ์ในการให้คะแนน	ค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจมากที่สุด	4.51 – 5.00
ความพึงพอใจมาก	3.51 – 4.50
ความพึงพอใจปานกลาง	2.51 – 3.50
ความพึงพอใจน้อย	1.51 – 2.50
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	1.01 – 1.50

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา			
1.1 เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม	4.63	0.62	มากที่สุด
1.2 เนื้อหามีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.59	0.69	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาเข้าถึงง่ายและรวดเร็ว	4.56	0.66	มากที่สุด
1.4 เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.54	0.69	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	0.67	มากที่สุด
2. ด้านสื่อวิดีโอ			
2.1 สื่อวิดีโอมีความน่าสนใจ	4.61	0.68	มากที่สุด
2.2 คำบรรยายประกอบวิดีโอชัดเจน	4.71	0.53	มากที่สุด
2.3 ความต่อเนื่องของวิดีโอที่นำเสนอ	4.54	0.73	มากที่สุด
2.4 ความคมชัดของวิดีโอ	4.65	0.59	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.63	0.63	มากที่สุด

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
3. ด้านภาพ			
3.1 ความชัดเจนของภาพ	4.65	0.57	มากที่สุด
3.2 มุมมองของภาพที่นำเสนอ	4.51	0.76	มากที่สุด
3.3 ภาพมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.64	0.65	มากที่สุด
3.4 มีภาพประกอบช่วยให้น่าสนใจ	4.68	0.57	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	0.64	มากที่สุด
4. ด้านเสียง			
4.1 ความคมชัดของเสียง	4.57	0.70	มากที่สุด
4.2 เสียงประกอบมีความเหมาะสม	4.66	0.61	มากที่สุด
4.3 เสียงบรรยายชัดเจนและเหมาะสม	4.78	0.57	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.67	0.63	มากที่สุด
5. ด้านการนำเสนอสื่อ			
5.1 การนำเสนอมีความน่าสนใจ	4.69	0.58	มากที่สุด
5.2 สื่อสามารถสร้างแรงจูงใจต่อผลิตภัณฑ์ได้	4.71	0.55	มากที่สุด
5.3 การเสนอเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย	4.75	0.61	มากที่สุด
5.4 เวลาในการนำเสนอสื่อเหมาะสม	4.67	0.74	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.70	0.62	มากที่สุด
6. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้			
6.1 เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์	4.74	0.44	มากที่สุด
6.2 เนื้อหามีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.70	0.66	มากที่สุด
6.3 เป็นแหล่งความรู้ได้	4.53	0.71	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.65	0.60	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.64	0.63	มากที่สุด

จากตาราง 30 พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ในด้านเนื้อหา ในหัวข้อ เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านสื่อวิดีโอ ในหัวข้อ คำบรรยายประกอบวิดีโอชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านภาพ ในหัวข้อ มีภาพประกอบช่วยให้น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมาก

ที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านเสียง ในหัวข้อ เสียงบรรยายชัดเจนละเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมาก ที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการนำเสนอสื่อ ในหัวข้อ การเสนอเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยมาก ที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ในหัวข้อ เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	4.58	0.67	มากที่สุด
ด้านสื่อวิดีโอ	4.63	0.63	มากที่สุด
ด้านภาพ	4.62	0.64	มากที่สุด
ด้านเสียง	4.67	0.63	มากที่สุด
ด้านการนำเสนอ	4.70	0.62	มากที่สุด
ด้านประโยชน์การนำไปใช้	4.65	0.60	มากที่สุด
รวม N = 6	4.64	0.63	มากที่สุด

จากตาราง 31 พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านของความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการนำเสนอมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการจัดโครงงานการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK หาคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยผู้ใช้สื่อใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling) จำนวน 430 คน ผู้จัดทำโครงงานได้สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการดำเนินงาน

โครงงานนี้ได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินงานแบ่งเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ศึกษาข้อมูล

ศึกษาข้อมูลร้านปากหม้อปารีส โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากร้านดังกล่าว เพื่อนำไปออกแบบการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสคริปต์ต่อไป

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส ผ่านสื่อ TIKTOK ด้วยโปรแกรม CapCut ซึ่งใช้ในการตัดวิดีโอ และสร้างติ๊กต๊อก (TIKTOK) เพื่อเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลิตขึ้น

การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์

การประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK แบ่งประเมินผล ได้ดังนี้

1. ประเมินคุณภาพของสื่อประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและเทคโนโลยี จำนวน 3 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
2. ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยกลุ่มตัวอย่าง 430 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple random sampling)

3. วิเคราะห์ผลการประเมิน และนำผลการประเมินที่ได้มาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ต่อไป

สรุปผลและอภิปรายผลการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน ผู้จัดทำโครงงานได้ ทำการหาผลค่าเฉลี่ยจากผลการประเมินคุณภาพ และผลการประเมิน ความพึงพอใจของสื่อ ประชาสัมพันธ์ ได้ผลดังแสดงในตาราง 23 และตาราง 30

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา		
1.1 ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ	4.33	มาก
1.2 เนื้อหาที่นำเสนอกระชับเข้าใจง่าย	4.00	มาก
1.3 เนื้อหาและข้อมูลที่นำเสนอถูกต้องครบถ้วน	4.00	มาก
1.4 เนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย	4.33	มาก
1.5 เนื้อหามีความน่าสนใจ	4.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	มาก
2. ด้านสื่อวิดีโอ		
2.1 คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ	3.67	มาก
2.2 ความคมชัดของวิดีโอ	4.33	มาก
2.3 ความเหมาะสมขององค์ประกอบวิดีโอ	3.67	มาก
2.4 ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอ	3.67	มาก
2.5 ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้	3.67	มาก
2.6 วิดีโอมีความต่อเนื่อง	3.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	มาก

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับคุณภาพ
3. ด้านอักษร		
3.1 ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้	4.00	มาก
3.2 ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	มาก
3.3 ความเหมาะสมของสีตัวอักษร	4.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	มาก
4. ด้านเสียง		
4.2 ความเหมาะสมของเสียงบรรยาย	3.67	มาก
4.3 ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ	3.67	มาก
4.4 ความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง	3.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75	มาก
5. ด้านคำบรรยาย		
5.1 ความเหมาะสมของคำบรรยาย	4.00	มาก
5.2 คำบรรยายสอดคล้องกับวิดีโอ	4.33	มาก
5.3 ความถูกต้องของคำบรรยาย	4.33	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.22	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	3.98	มาก

จากการประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK ได้สรุปผลการประเมินดังนี้

ด้านเนื้อหา

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก
2. เนื้อหาที่นำเสนอกระชับเข้าใจง่าย จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก
3. เนื้อหาและข้อมูลที่นำเสนอถูกต้องครบถ้วน จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก
4. เนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก
5. เนื้อหามีความน่าสนใจ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านคลิปวิดีโอ

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

2. ความคมชัดของวิดีโอ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

3. ความเหมาะสมขององค์ประกอบวิดีโอ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

4. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

5. ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

6. วิดีโอมีความต่อเนื่อง จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านอักษร

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

2. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

3. ความเหมาะสมของสีตัวอักษร จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านเสียง

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเหมาะสมของเสียงบรรยาย จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

2. ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

3. ความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ด้านคำบรรยาย

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเหมาะสมของคำบรรยาย จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อ

ประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

2. คำบรรยายสอดคล้องกับวิดีโอ จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

3. ความถูกต้องของคำบรรยาย จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ผลการประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ยการประเมินคุณภาพต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ และเนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และความคมชัดของวิดีโอ คำบรรยายสอดคล้องกับวิดีโอ และความถูกต้องของคำบรรยาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ในขณะที่รายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ ความเหมาะสมขององค์ประกอบวิดีโอ ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอ ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้ วิดีโอมีความต่อเนื่อง ความเหมาะสมของเสียงบรรยาย ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ และความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก และพบว่าระดับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ 3.98 มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา		
1.1 เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม	4.63	มากที่สุด
1.2 เนื้อหามีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย	4.59	มากที่สุด
1.3 เนื้อหาเข้าถึงง่ายและรวดเร็ว	4.56	มากที่สุด
1.4 เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58	มากที่สุด

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

รายการประเมิน	$\bar{x}$	ระดับความพึงพอใจ
2. ด้านสื่อวิดีโอ		
2.1 สื่อวิดีโอมีความน่าสนใจ	4.61	มากที่สุด
2.2 คำบรรยายประกอบวิดีโอชัดเจน	4.71	มากที่สุด
2.3 ความต่อเนื่องของวิดีโอที่นำเสนอ	4.54	มากที่สุด
2.4 ความคมชัดของวิดีโอ	4.65	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.63	มากที่สุด
3. ด้านภาพ		
3.1 ความชัดเจนของภาพ	4.65	มากที่สุด
3.2 มุมมองของภาพที่นำเสนอ	4.51	มากที่สุด
3.3 ภาพมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.64	มากที่สุด
3.4 มีภาพประกอบช่วยให้น่าสนใจ	4.68	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	มากที่สุด
4. ด้านเสียง		
4.1 ความคมชัดของเสียง	4.57	มากที่สุด
4.2 เสียงประกอบมีความเหมาะสม	4.66	มากที่สุด
4.3 เสียงบรรยายชัดเจนและเหมาะสม	4.78	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.67	มากที่สุด
5. ด้านการนำเสนอสื่อ		
5.1 การนำเสนอมีความน่าสนใจ	4.69	มากที่สุด
5.2 สื่อสามารถสร้างแรงจูงใจต่อผลิตภัณฑ์ได้	4.71	มากที่สุด
5.3 การเสนอเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย	4.75	มากที่สุด
5.4 เวลาในการนำเสนอสื่อเหมาะสม	4.67	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.70	มากที่สุด
6. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้		
6.1 เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์	4.74	มากที่สุด
6.2 เนื้อหามีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.70	มากที่สุด
6.3 เป็นแหล่งความรู้ได้	4.53	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.65	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.64	มากที่สุด

ด้านเนื้อหา

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. เนื้อหามีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. เนื้อหาเข้าถึงง่ายและรวดเร็ว จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4. เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านสื่อวิดีโอ

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. สื่อวิดีโอมีความน่าสนใจ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. คำบรรยายประกอบวิดีโอชัดเจน จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ความต่อเนื่องของวิดีโอที่นำเสนอ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4. ความคมชัดของวิดีโอ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านภาพ

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความชัดเจนของภาพ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. มุมมองของภาพ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ภาพมีความสอดคล้องกับเนื้อหาจากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4. มีภาพประกอบช่วยให้น่าสนใจ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านเสียง

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความชัดของเสียง จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. เสียงประกอบมีความเหมาะสม จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อ

ประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. เสียงบรรยายชัดเจนและเหมาะสม จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการนำเสนอ

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. การนำเสนอมีความน่าสนใจ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. สื่อสามารถสร้างแรงจูงใจต่อผลิตภัณฑ์ได้ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การเสนอเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4. เวลาในการนำเสนอสื่อเหมาะสม จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

ประกอบไปด้วยการประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

2. เนื้อหามีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3. เป็นแหล่งความรู้ได้ จากผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์พบว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK แสดงให้เห็นถึงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยผู้ใช้งานเห็นว่า เสียงบรรยายชัดเจนละเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และเห็นว่า มุมมองของภาพที่นำเสนอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และพบว่าระดับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด เท่ากับ 4.64 มีคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อจำกัดของสื่อประชาสัมพันธ์

1. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้น้อย
2. ต้องมีติ๊กต๊อกจึงจะสามารถรับชมสื่อประชาสัมพันธ์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ปรับปรุงรูปแบบ เทคนิค และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ตามกระแสหรือความสนใจของผู้ใช้ในปัจจุบัน
2. เพิ่มเอฟเฟคและเสียงประกอบคลิปให้คลิปน่าสนใจ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ByteDance. (2569). *เครื่องมือตัดต่อวิดีโอที่ขับเคลื่อนด้วย AI*. เข้าถึงได้จาก capcut: https://www.capcut.com/th-th/

My Story. (2550). *ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก kornritpresent: https://kornritpresent.blogspot.com/2007/03/blog-post_1839.html

poko popup. (2550). *สื่อประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก bloggang: https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=mamuro&month=07-2007&date=16&group=1&gblog=5

PPTV Online. (2568). *ประวัติ "TikTok" เติบโตด้วยความเร็วของปีศาจ บนเส้นทางที่เต็มไปด้วยข้อกังขา.* เข้าถึงได้จาก pptvhd36: https://www.pptvhd36.com/wealth/trick-trend/241303

SALIKA, และ Phatphicha Lerksirinuku. (2562). *TikTok แอปพลิเคชันสร้างวิดีโอขนาดสั้น ใช้กลยุทธ์อะไรจึงฮิตข้ามซีกโลก?* เข้าถึงได้จาก SALIKA: https://www.salika.co/2019/06/28/tiktok-rapid-growth-vdo-app/

ทีมข่าวไลฟ์สไตล์ไทยรัฐ. (2557). *สูตรลับข้าวเกรียบปากหม้อแป้งนุ่ม*. เข้าถึงได้จาก ไทยรัฐออนไลน์ (Thairath): https://www.thairath.co.th/tags/วิธีทำข้าวเกรียบปากหม้อ

บริษัท เวนเจอร์เท็ค มาร์เก็ตติ้ง จำกัด. (2564). *เปิดประวัติข้าวเกรียบปากหม้อ เมนูว่างยอดฮิตของไทย*. เข้าถึงได้จาก Venturetec: https://www.venturetec.co.th/17071072/เปิดประวัติข้าวเกรียบปากหม้อ

ภาษาอังกฤษ

Wikipedia. (2016). *"Tik Tok" redirects here. For the song by Kesha, see Tik Tok (song). For other uses, see Tick tock (disambiguation).* Retrieved from wikipedia TikTok: https://en.wikipedia.org/wiki/TikTok

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบสอบถามคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ปากหม้อปารีส เมืองสกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
ข้อที่ 1.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 1.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 1.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 1.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.5	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.6	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) แบบสอบถามความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
	1	2	3			
ข้อที่ 1.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 1.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 1.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 1.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 2.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 3.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 4.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 5.4	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 6.1	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 6.2	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้
ข้อที่ 6.3	1	1	1	3	1.0	ใช้ได้

ภาคผนวก ข
แบบประเมินที่ใช้ในวิจัย

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

คำชี้แจง โปรดพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นข้อคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK แต่ละข้อว่ามีความถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ เมื่อพิจารณาแล้วให้ทำเครื่องหมายถูก (√) ลงในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ถ้ามีข้อแก้ไข กรุณาเติมข้อความลงในข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาดังนี้

+ 1 หมายถึง เห็นด้วย
0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เชี่ยวชาญ).....

อีเมล.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ตอนที่ 2 แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK โดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	ประเด็นคุณภาพ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1. ด้านเนื้อหา					
1.1	ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ				
1.2	เนื้อหาที่นำเสนอกระชับเข้าใจง่าย				
1.3	เนื้อหาและข้อมูลที่นำเสนอถูกต้องครบถ้วน				
1.4	เนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย				
2. ด้านคลิปวิดีโอ					
2.1	คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ				
2.2	ความคมชัดของวิดีโอ				

ข้อ	ประเด็นคุณภาพ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
2.3	ความเหมาะสมขององค์ประกอบวิดีโอ				
2.4	ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอ				
2.5	ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้				
2.6	วิดีโอมีความต่อเนื่อง				
3. ด้านตัวอักษร					
3.1	ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้				
3.2	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร				
3.3	ความเหมาะสมของสีตัวอักษร				
4. ด้านเสียง					
4.1	ความเหมาะสมของเสียงบรรยาย				
4.2	ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ				
4.3	ความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง				
4.4	ความชัดเจนของเสียง				
5. ด้านคำบรรยาย					
5.1	ความเหมาะสมของคำบรรยาย				
5.2	คำบรรยายสอดคล้องกับวิดีโอ				
5.3	ความถูกต้องของคำบรรยาย				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

ตำแหน่ง.....

...../...../.....

แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบประเมินความพึงพอใจ ของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

คำชี้แจง โปรดพิจารณาความสอดคล้องของประเด็นข้อคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามประเด็นแบบประเมินความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
แต่ละข้อ ว่ามีความถูกต้อง เหมาะสมหรือไม่ เมื่อพิจารณาแล้วให้ทำเครื่องหมายถูก (√) ลงในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ถ้ามีข้อแก้ไข กรุณาเติมข้อความลงในข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

+ 1 หมายถึง เห็นด้วย
0 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ: ☐ ชาย ☐ หญิง
☐ อื่นๆ

2. อายุ: ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 – 30 ปี
☐ 31 - 40 ปี ☐ 41 - 50 ปี
☐ มากกว่า 50 ปี

3. อาชีพ: ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย ☐ เกษตรกร
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของประเด็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1. ด้านเนื้อหา					
1.1	เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม				
1.2	เนื้อหามีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย				
1.3	เนื้อหาเข้าถึงง่ายและรวดเร็ว				
1.4	เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน				
2. ด้านสื่อวิดีโอ					
2.1	สื่อวิดีโอมีความน่าสนใจ				
2.2	คำบรรยายประกอบวิดีโอชัดเจน				
2.3	ความต่อเนื่องของวิดีโอที่นำเสนอ				
2.4	ความคมชัดของวิดีโอ				
3. ด้านภาพ					
3.1	ความชัดเจนของภาพ				
3.2	มุมมองของภาพที่นำเสนอ				
3.3	ภาพมีความสอดคล้องกับเนื้อหา				
3.4	มีภาพประกอบช่วยให้น่าสนใจ				
4. ด้านเสียง					
4.1	ความคมชัดของเสียง				
4.2	เสียงประกอบมีความเหมาะสม				
4.3	เสียงบรรยายชัดเจนและเหมาะสม				
5. ด้านการนำเสนอสื่อ					
5.1	การนำเสนอมีความน่าสนใจ				
5.2	สื่อสามารถสร้างแรงจูงใจต่อผลิตภัณฑ์ได้				
5.3	การเสนอเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย				
5.4	เวลาในการนำเสนอสื่อเหมาะสม				
6. ด้านประโยน์และการนำไปใช้					
6.1	เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์				
6.2	เนื้อหามีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้				
6.3	เป็นแหล่งความรู้ได้				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

ตำแหน่ง.....

...../...../.....

แบบสอบถามเพื่อประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพสูงสุด ข้อมูลที่ท่านให้จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือของท่าน

กรุณาทำเครื่องหมายถูก (√) ลงในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ถ้ามีข้อแก้ไข กรุณาเติมข้อความลงในข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

5 หมายถึง มีคุณภาพในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีคุณภาพในระดับมาก

3 หมายถึง มีคุณภาพในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีคุณภาพในระดับน้อย

1 หมายถึง มีคุณภาพในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ – นามสกุล(ผู้เชี่ยวชาญ).....

อีเมล.....

ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....

ตอนที่ 2 ข้อคำถามแต่ละด้าน

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ด้านเนื้อหา						
1.1	ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ					
1.2	เนื้อหาที่นำเสนอกระชับเข้าใจง่าย					
1.3	เนื้อหาและข้อมูลที่นำเสนอถูกต้องครบถ้วน					
1.4	เนื้อหาตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย					
1.5	เนื้อหามีความน่าสนใจ					

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
2. ด้านคลิปวิดีโอ						
2.1	คลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ					
2.2	ความคมชัดของวิดีโอ					
2.3	ความเหมาะสมขององค์ประกอบวิดีโอ					
2.4	ความเหมาะสมของระยะเวลาในการนำเสนอวิดีโอ					
2.5	ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้					
2.6	วิดีโอมีความต่อเนื่อง					
3. ด้านตัวอักษร						
3.1	ความเหมาะสมของตัวอักษรที่ใช้					
3.2	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร					
3.3	ความเหมาะสมของสีตัวอักษร					
4. ด้านเสียง						
4.1	ความเหมาะสมของเสียงบรรยาย					
4.2	ความเหมาะสมของเสียงดนตรีประกอบ					
4.3	ความเหมาะสมของระดับความดังของเสียง					
4.4	ความชัดเจนของเสียง					
5. ด้านคำบรรยาย						
5.1	ความเหมาะสมของคำบรรยาย					
5.2	คำบรรยายสอดคล้องกับวิดีโอ					
5.3	ความถูกต้องของคำบรรยาย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

(.....)

ตำแหน่ง.....

...../...../.....

แบบสอบถามความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและประเมินระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ปากหม้อปารีส สกลนคร ผ่านสื่อ TIKTOK
เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาสื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ข้อมูลที่ท่านให้จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือของท่าน

กรุณาทำเครื่องหมายถูก (√) ลงในช่องว่างทางขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ถ้ามีข้อแก้ไข กรุณาเติมข้อความลงในข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง พึงพอใจมาก
3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง พึงพอใจน้อย
1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ: ☐ ชาย ☐ หญิง
   ☐ อื่นๆ
2. อายุ: ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 - 30 ปี
   ☐ 31 - 40 ปี ☐ 41 - 50 ปี
   ☐ มากกว่า 50 ปี
3. อาชีพ: ☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ ครู/อาจารย์
   ☐ เจ้าของธุรกิจ/ค้าขาย ☐ เกษตรกร
   ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อคำถามแต่ละด้าน

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1. ด้านเนื้อหา						
1.1	เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม					
1.2	เนื้อหามีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย					
1.3	เนื้อหาเข้าถึงง่ายและรวดเร็ว					
1.4	เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน					
2. ด้านสื่อวิดีโอ						
2.1	สื่อวิดีโอมีความน่าสนใจ					
2.2	คำบรรยายประกอบวิดีโอชัดเจน					
2.3	ความต่อเนื่องของวิดีโอที่นำเสนอ					
2.4	ความคมชัดของวิดีโอ					
3. ด้านภาพ						
3.1	ความชัดเจนของภาพ					
3.2	มุมมองของภาพที่นำเสนอ					
3.3	ภาพมีความสอดคล้องกับเนื้อหา					
3.4	มีภาพประกอบช่วยให้น่าสนใจ					
4. ด้านเสียง						
4.1	ความคมชัดของเสียง					
4.2	เสียงประกอบมีความเหมาะสม					
4.3	เสียงบรรยายชัดเจนและเหมาะสม					
5. ด้านการนำเสนอสื่อ						
5.1	การนำเสนอมีความน่าสนใจ					
5.2	สื่อสามารถสร้างแรงจูงใจต่อผลิตภัณฑ์ได้					
5.3	การเสนอเนื้อหาชัดเจนเข้าใจง่าย					
5.4	เวลาในการนำเสนอสื่อเหมาะสม					

ตอนที่ 2 ข้อคำถามแต่ละด้าน

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
6. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้						
6.1	เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์					
6.2	เนื้อหามีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้					
6.3	เป็นแหล่งความรู้ได้					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน



ชื่อ-สกุล นางสาวสุวดา คำเห็น

วัน / เดือน / ปีเกิด 8 ตุลาคม 2547

ภูมิลำเนา บ้านเลขที่ 204 หมู่ 5 บ้านกอก ตำบลปลาปาก
อำเภอปลาปาก จังหวัดนครพนม รหัสไปรษณีย์ 48160

ประวัติการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนปลาปากวิทยา
2) มัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนปลาปากวิทยา
3) ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อที่ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หมายเลขโทรศัพท์ 062 103 4569

อีเมล suwada.kh66@snru.ac.th

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน



ชื่อ-สกุล นางสาวปาริชาติ วงศรีลา

วัน / เดือน / ปี 10 กรกฎาคม 2544

ภูมิลำเนา บ้านเลขที่ 23 หมู่ 12 บ้านนาถ่อน ตำบลบงเหนือ
อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร รหัสไปรษณีย์ 47110

ประวัติการศึกษา

1) มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนบงเหนือวิทยาคม
2) มัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนบงเหนือวิทยาคม
3) ปัจจุบันกำลังศึกษาต่อที่ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

หมายเลขโทรศัพท์ 061 548 0973

อีเมล parichat.wo66@snru.ac.th